

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

NİSAN 2018

Sayı: 84 / Fiyatı: 10 TL

www.psmmag.com

ZİRVE YOLUNDA

Berna Ülman
Visa Güneydoğu
Avrupa Genel
Müdürü

PSM
Gündem
Toplantıları

İlker Diker
Papara

Fevzi Güngör
Ödeal

Bakay Korkmaz
Paynet

Çiğdem
Ayözger Öngün
SRP Legal

Burhan Eliaçık
ÖDED

Selim Gûsar
Moka Ödeme

DİJİTAL ÇAĞ

Yeni nesil ödeme sistemleri

ISSN: 2148-8983



9 772148 898306

Şeker Mobil Şube ile
ihtiyaç duyduğunuz
tüm bankacılık işlemlerini
şubeye gitmeden, 7 gün 24 saat
kolaylıkla yapabilirsiniz!



Şekerbank



Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

Madalyonun diğer yüzü

Çok değil 2 ay önce editör yazısının başlığını "Postmodern Titanlara dikkat!" diye atmıştım. Gidişatı biliyordum ama doğrusu bu kadarını tahayyül bile edemezdim. Uyarım daha ziyade yerli kripto para girişimleriyle ilgiliydi. Ancak bomba Çiftlik Bank ile patladı ve özellikle "hayvan çiftliği" görünümlü saadet zincirlerinin kirli çamaşırları bir bir ortaya döküldü...

Çiftlik Bank, Sütbank, Anadolu Farm, Birlik Beraberlik ve benzeri "girişimlerin" akıbeti ne derece etkili oldu bilinmez ama "80 milyon vatandaş için 80 milyon NeXpara" sloganıyla 1 Mart'ta halka arzı duyurulan yerli kripto para, sadece 2 hafta sonra faaliyetlerini durdurma kararı aldı. Çiftlik Bank olayına dönecek olursak... Bu konuda Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın teftiş raporunda yer alan bir bilgiyi paylaşmak istiyorum. Bilindiği üzere Çiftlik Bank'ın birçok banka, Papara, Gpay ve EPIN kanalıyla topladığı paralarını tutarı önce 500 milyon TL civarında açıklanmıştı. Sonrasında asıl rakamın 1 milyar TL'nin de üzerinde olduğu ortaya çıktı. Yine hatırlanacağı gibi bazı internet sitelerinde, Çiftlik Bank için ödeme araçlarından biri olan Papara ile ilgili olumsuz haberler çıkmıştı. İşte söz konusu teftiş raporu, haberlerde

yer aldığı aksine, Papara yönetiminin ekim ayında yoğun işlem hareketleri nedeniyle resmi kurumları bilgilendirdiğini ve incelemeler başladıktan sonra Çiftlik Bank'ın Papara hesabındaki parayı çekmesini engelleyerek bütün bakiyeyi yatırım yapanlara ödettiğini ortaya koyuyor. Yine aynı rapora göre Papara'nın, Çiftlik Bank hesabını ödeme alma işlemlerine kapattığı, iade işlemlerine ise izin verdiği tespit edilmiş. Yani Çiftlik Bank'ın iddia ettiği gibi yatırımcılara geri ödeme konusunda engel olmamış. Peki Papara'nın para çekme işlemi engellemesi ne kadar yasal? Bunu bilemem ama mağduriyetin büyümesini engellediği ortada... Biraz da dergimizin içeriğinden, düzenlediğimiz etkinliklerden bahsedelim. Gündem Toplantılarımızın üçüncüsünü 15 Mart'ta "Dijital Çağ: Yeni Nesil Ödeme Sistemleri" başlığıyla düzenledik. Ayrıntılarını ilerleyen sayfalarda okuyabilirsiniz. Dördüncü toplantımız, uyum süreci bu ay sona eren Kişisel Verileri Koruma Kanunu'yla ilgili ve 17 Nisan'da... Ekim 2018'de PSM, 10 yılı geride bırakıyor. Bu özel yıldönümünü özel bir ödülle taçlandırmayı planlıyoruz. Ayrıntılarını ve yarışmaya kimlerin katılabileceğini önümüzdeki sayılarda paylaşacağız... Keyifli okumalar.



www.psmmag.com

Erişim Medya Radyo Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş. adına
İMTİYAZ SAHİBİ VE SORUMLU MÜDÜR

Kayhan Öztürk

GENEL KOORDİNATÖR

Barış Bekar

HABER MÜDÜRÜ

Orhan Pala

EDİTÖRLER

**Esin Gedik, Berrin Uyanık Bekar,
Seda Uygun Pala**

YAYIN DANIŞMANI

Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

DÜZELTMEN

Celalettin Kafesoğlu

FOTOĞRAF

Çelik Çelikyaman

GÖRSEL TASARIM

**Erişim Medya Radyo
Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş.**

HABER MERKEZİ

**Burak Taşçı, Serap Sürmeli
Yağızhan Coşkun**

YURTDIŞI TEMSİLCİLİKLER

**Sinem Büber Singh (New York),
Özlem Aydın (Londra),
Zeynep Turan (Roma)**

REKLAM & REZERVASYON

suygun@psmmag.com

DANIŞMAN, Marka ve Etkinlik Yönetimi
tulin.cakmak@gundemmedyagrubu.com

YÖNETİM YERİ

Sirket Ünvanı

Erişim Medya Radyo Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş.
Cumhuriyet Cad. No: 147 / 6 Harbiye / Sisli - İstanbul
Tel: 0212 255 32 92-93-94 / Faks: 0212 238 72 07

BASKI

Karakış Basım Matbaa Ambalaj ve Reklam San. Tic. Ltd.
Maltepe Mah. Litros Yolu Sok. 2-4 1BF1 - Zeytinburnu -
İstanbul Tel: 0212 544 58 10 www.karakisbasim.com

YAYIN TÜRÜ

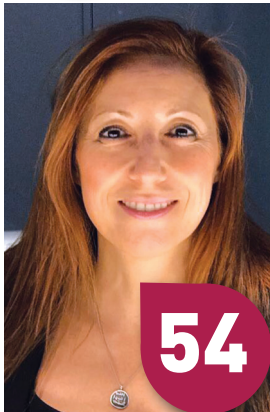
AYLIK - YAYGIN - TÜRKÇE

(EKONOMİ - HABER DERGİSİ)

PSM, T.C. Yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır.
Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz. Köşe yazıları yazarlarının sorumluluğundadır.

i ÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • NİSAN 2018



GÜNDEM TOPLANTILARIDijital Çağ:
Yeni Nesil Ödeme Sistemleri

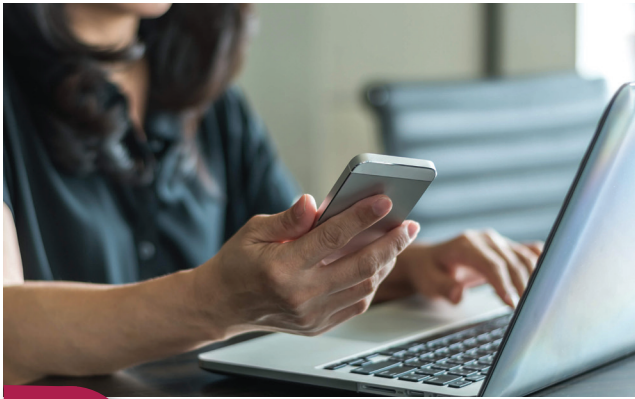
6 VİTRİN
İş Bankası, 78 milyon e-ticaret işlemiyle 26.1 milyar TL hacme ulaştı

14 E-TİCARET
Yenilenen Cardtek Sanal POS, dünyaya açılıyor

18 ZİRVE YOLUNDA
Visa Güneydoğu Avrupa çalışanlarının yüzde 59'u kadın

30 ÇÖZÜM İHRACATI
Verisoft, ABD'de sertifika aldı, Slovakya'da ihale kazandı

32 FINTECH DÜNYASINDAN GELİŞMELER
Bedava iş geliştirme kaynağı ister misiniz?



34 CHATBOT
Dilinizi, ihtiyacınızı anlayan dijital yardımcı: Ziraat Asistan

36 ARAŞTIRMA
"Nakitsiz ödemeler toplumu" hedefine hızla yaklaşıyoruz

40 KARTLI ÖDEMELER
Kartlı ödemeler ekosisteminin kalbi Troy'da atıyor

42 DOSYA
34 bankadan 6'sının mobil cüzdanı var

52 ÇÖZÜM ORTAKLIĞI
Optimum çözümün anahtarı: Yöneylem araştırması

54 VİZYON
Neden ön ödemeli kart?

56 CEPTE POS
"Kart kabul edemeyen küçük esnaf kalmayacak"

58 PERAKENDE ÇÖZÜMLERİ
Müşteri deneyimini dönüştürecek 5 yeni çözüm

60 MEVZUAT
Ödeme ve e-para kuruluşları da kamu ödeme ve tahsilat işlemleri yapabilecek

62 EXTRE
Kullanıcılar kartlarını internet kullanımına açtırdı



64 DÜNYADAN
E-ticaret sitelerinin hacmi bankaları geçti

► İş Bankası, 78 milyon e-ticaret işlemiyle 26.1 milyar TL hacme ulaştı

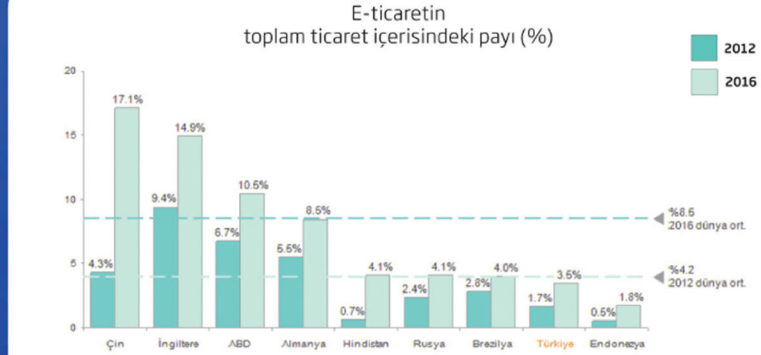
İş Bankası Kartlı Ödeme Sistemleri Bölüm Müdürü Serkan Uğraş Kaygalak, Webrazzi E-Ticaret 2018 konferansında yaptığı sunumda e-ticaret sektörü ve İş Bankası'nın bu alandaki faaliyetleriyle ilgili bilgiler paylaştı. Dijitalleşmenin en fazla yaşandığı alanın e-ticaret olduğunu belirten Kaygalak; Paypal, Amazon ve eBay gibi firmaların e-ticaret sektörüne ivme kazandırdığının da altını çizdi.

Çin'in 672 milyar dolarla dünyanın en büyük e-ticaret pazarı olduğunu belirten Serkan Uğraş Kaygalak, Çin'i 340 milyar dolarla ABD ve 99 milyar dolarla İngiltere'nin takip ettiğini paylaştı. E-ticaretin toplam ticaretteki payına baktığımızda ise Çin yüzde 17.1 ile lider durumundayken, Türkiye 3.6 seviyelerinde. E-ticaretin fiziksel dünyaya oranla iki katı hızlı büyüdüğünü belirten Kaygalak, bu alanda en çok kullanılan ödeme aracının yüzde 53 ile kartlar olduğunu paylaştı. Şu an için yüzde 18 ile ikinci sırada yer alan dijital cüzdan ödemelerinin ise 2021 yılında yüzde 46 seviyelerine çıkarak liderliği alması bekleniyor. E-ticarette dünya genelinde yüzde 53 olan kartlı ödemeler ülkemizde ise yüzde 85 olarak karşımıza çıkıyor. Kartlı ödemeleri yüzde 11 ile kapıda



ödeme ve yüzde 4 ile havale/ EFT takip ediyor. Yurtdışında hizmet veren hesaptan ödeme yöntemleri, yerel kart şemaları ve cüzdanlarla işbirliği yaptıklarını dile getiren Serkan Uğraş Kaygalak, İş Bankası'nın Sofort, iDeal, Mybank, Alipay, Qiwi, WechatPay, BanContact ve Elo gibi çözümlerle entegre bir şekilde çalıştığını belirtti.

Kaygalak, 2017 yılında İş Bankası'nın aracılık yaptığı e-ticaret işlem sayısının 78 milyona, işlem hacmininse 26.1 milyar TL'ye ulaştığını da sözlerine ekledi.



Şekil 22: Ülkelere Göre E-ticaretin Toplam Perakende İçerisindeki Payı
TÜSİAD: Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: E-ticaret, 2017



Küresel Para Haftası'nda 69 ildeki 71 bin gence PARAMI YÖNETEBİLİYORUM eğitimi verildi



12-18 Mart tarihleri arasında gerçekleşen Küresel Para Haftası (Global Money Week) kapsamında 69 ilde 316 Paramı Yönetebiliyorum eğitimi ve 21 üniversite semineri düzenlendi. Bir hafta boyunca 71 bin gence birebir eğitim verildi. Küresel Para Haftası Child&Youth Finance International (CYFI) tarafından finansal okuryazarlık konusunda farkındalık düzeyini artırmak ve finansal okuryazarlığı teşvik etmek amacıyla 2008 yılından bu yana dünya çapında organize ediliyor. Küresel Para Haftası, bu yıl "Money Matters Matter" temasıyla gerçekleştirildi.

RESTORANLARDA WINGS İLE %10,
WINGS BLACK İLE %15 İNDİRİM
YEMEK YAZIP 4566'YA SMS GÖNDERİN

OTELLERDE WINGS İLE %10,
WINGS BLACK İLE %15 İNDİRİM
GEZ YAZIP 4566'YA SMS GÖNDERİN

ALIŞVERİŞLERDE %25
DAHA FAZLA MİL PUAN
KAZANIMI

YURTDIŞINDA RAHATIM,
BENİ KİMSE TANIMAZ.
AMA KARTIM HER YERDE TANINIR.



WINGS İLE TÜM YURTDIŞI SEYAHATLERİNİZDE AYRICALIKLAR SİZİ BEKLİYOR.

Kampanya 12 Ocak-31 Aralık 2018 arasında geçerlidir. Kampanyaya katılmak için, ilk harcamadan önce Axess Mobil'den "Hemen Katıl" butonunu tıklayın veya Akbank'ta kayıtlı cep telefonu numarasından, otel kampanyasından yararlanmak için "GEZ" yazıp, restoran kampanyasından yararlanmak için "YEMEK" yazıp 4566'ya SMS gönderilmesi gerekmektedir. Belirtilen kısa mesajın Akbank sistemine ulaşmasından ve Akbank tarafından "kayıt oldunuz" bilginizin tarafınıza iletilmesinden sonra kampanyaya katılım sağlamış olursunuz.

Kayıt olduktan sonraki harcamalar kampanyaya dahildir. Bir müşteri, otel indirim kampanyasından tüm kartlarıyla en fazla 200 TL, restoran indirim kampanyasından tüm kartlarıyla en fazla 150 TL indirim kazanabilir. %25 fazla Mil Puan kazanımı, yurt içindeki kazanım oranlarının %25 fazlasıdır. Aynı gün aynı işyerinde ilk harcama dahildir. KKTC'de yapılan işlemler, nakit çekimler, Mil Puan, chip-para, mail order işlemleri dahil değildir. Wings bireysel asıl/ek kartları yararlanabilir. SMS'ler; KDV ve ÖİV dahil; Turkcell, Türk Telekom, Vodafone 0,65 TL'dir. Kampanyanın profil alanındaki "Kampanyalarınız" başlığı altında görünmesinden sonra kampanyaya katılım sağlanır. Akbank T.A.Ş. kampanyayı durdurma ve değiştirme hakkını saklı tutar. Detaylar için: www.wingscard.com.tr

Wings'e hemen başvurmak için WINGS yazın, 5990'a kısa mesaj gönderin.

axess
Wings
HAYAT. ŞİMDİ. BENZERSİZ.

AKBANK

► Yapı Kredi, kadın çalışan istihdamında sektör lideri



Gökhan Erün

Yapı Kredi, kadın çalışan oranında sektördeki liderliğini bu yıl da sürdürdü. 2017 sonu itibarıyla toplam istihdamı içinde kadın çalışan oranının yüzde 62 olduğu banka, kadın yönetici sayısını ise 833 olarak açıkladı. Yapı Kredi'nin yine 2017 sonu itibarıyla yeni işe alımlardaki kadın istihdam oranı ise yüzde 61.3 oldu. Yapı Kredi CEO'su Gökhan Erün, sonuçları şöyle değerlendiriyor:

 **YapıKredi**

"Kadın çalışan oranıyla ekonomik ve toplumsal gelişim arasında güçlü bir bağ olduğu farklı araştırmalarca da kanıtlanmış durumda. Şu bir gerçek ki sadece ülkemizin değil dünyanın da her anlamda gelişmesi ve herkes için daha iyi bir yere dönüşmesinin yolu

cinsiyet eşitliğinden geçiyor. Yapı Kredi olarak toplumsal cinsiyet eşitliğini savunmakla kalmayıp hayata geçiren bir bankayız. Sektör liderliğinin yanı sıra Türkiye'de kadın çalışan istihdamı konusunda en başarılı 5 şirket arasında yer alıyoruz."

Yapı Kredi, Koç Holding tarafından oluşturulan İş'te Eşitlik Bildirgesi'nde ve "Ülkem için Toplumsal Cinsiyet Eşitliğini Destekliyorum" projesinde yer alıyor. UN Women'in "HeForShe" ile "16 Günlük Aktivizm" kampanyalarının katılımcıları arasında olan banka, aile içinde cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve ev içinde demokrasinin güçlenmesi adına babaları odağına alan "Babalar Değişiyor, Toplum Değişiyor" projesinde AÇEV ile işbirliği yapıyor. Birleşmiş Milletler Kadının Güçlendirilmesi Prensipleri'nin de imzacıları arasında.

Kamu tahsilatlarında ödeme ve e-para kuruluşları dönemi başlıyor

Ödeme ve Para Kuruluşları Derneği (ÖDED), Hazine Müsteşarlığı ve BDDK ile yapılan hazırlık sonucunda, kamu idarelerinin ödeme ve tahsilat işlemlerinin ödeme ve elektronik para kuruluşları tarafından da yapılacağına dair açık hükmün eklendiği "Kamu Haznedarlığı Genel Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ" Resmî Gazete'de yayınlandı. ÖDED Başkanı Burhan Eliaçık, konuyla ilgili şu açıklamayı yaptı:

"Bu tebliğle birlikte ödeme ve elektronik para kuruluşlarının, kamu kurumlarının tahsilat ve ödeme işlemlerini gerçekleştirmesine dair entegrasyon sürecinde önemli bir eşik geçildi. Artık kamu tahsilatlarında bankalar ve PTT ile aynı statüde hizmet verebileceğiz. Böylelikle kamu tahsilatlarında çok daha yenilikçi ve kolaylıklar sunan bir dönem başlıyor. Kamu ödemelerinde bankacılıkla tanışmamış 26.4 milyon



ÖDED
ÖDEME VE ELEKTRONİK PARA DERNEĞİ

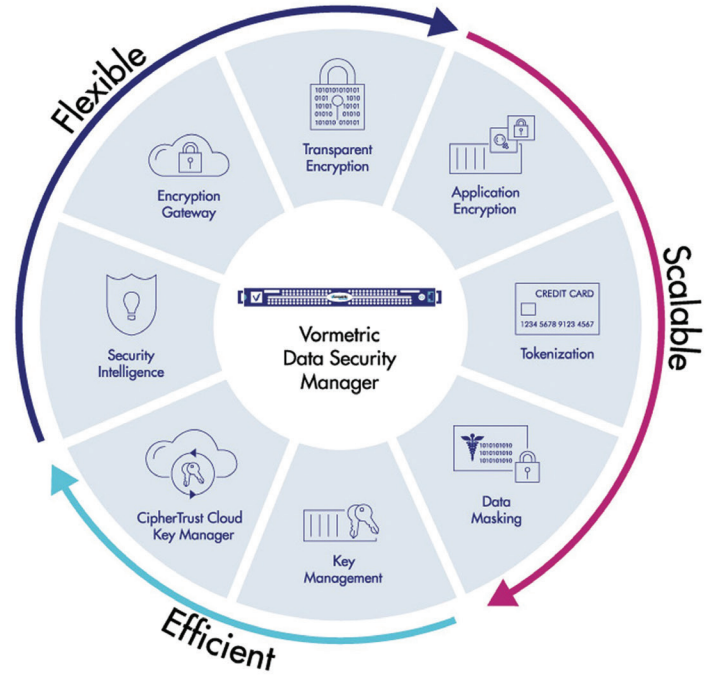
birey, 2.7 milyon KOBİ ve 1.8 milyon esnafa çok daha kolay ve erişilebilir hizmet sunacağız."

"Kurumlar; faaliyetleri kapsamında yapacakları tahsilat ve ödeme işlemleri için yurtiçinde yerleşik diğer bankaları, PTT'yi ve yurtiçinde yerleşik bankalar aracılığıyla olmak koşuluyla ödeme kuruluşlarını ve elektronik para kuruluşlarını da kullanabilir" denilen tebliğin kapsamına giren kurumlar ise şöyle: Genel bütçe kapsamındaki kamu idareleri, özel bütçeli idareler,

döner sermayeler, fonlar, belediyeler, il özel idareleri, sosyal güvenlik kurumları, kamu iktisadi teşebbüsleri, özel kanunla kurulmuş diğer kamu kurum, kurul, üst kurul ve kuruluşları ile bu maddede sayılan kurumların; bağlı ortaklıkları, müesseseler ve işletmeleri ile birlikleri, sermayesinin yarısından fazlasına doğrudan ve/veya dolaylı olarak sahip olduğu şirketleri, fon, hesap, özel hesap, havuz ve benzeri adlarla açtıkları ve/veya yönettikleri her türlü banka hesabı.



THALES
Vormetric



VERİ GÜVENLİĞİNİZE NAZAR DEĞMESİN!
ÖNLEMİNİZİ ALIN, SONRA ÜZÜLMİYİN.....



VERISOFT YTU TEKNOPARK B1 N302 ESENLER 34220 ISTANBUL
TEL 0212 483 7272 FAX 0212 225 9754 INFO@VERISOFT.COM

► Porsche, blockchain teknolojisini otomobile taşıdı

Porsche, teknoloji şirketi XAIN ile birlikte blockchain uygulamalarını doğrudan otomobiller üzerinde test etmeye başladı. Porsche Finans Stratejisti Oliver Döring, "Blockchain, daha hızlı ve güvenli veri transferine imkan tanıyor. Bu sayede otomobillerini şarj ederken, park ederken veya bir kuryeye araçları için geçici bir erişim izni verirken müşterilerimizin içi rahat olacak. Bu yenilikçi teknolojiyi, müşterilerimiz için doğrudan fayda sağlayacak bir biçime sokuyoruz" diyor.

Blockchain temeli üzerine geliştirilen hizmetler, son derece hızlı ve güvenli olma özelliğine sahip. Otomobilin doğrudan blockchain zincirinin parçası haline gelmesiyle, doğrudan çevrimdışı bağlantı, yani bir sunucu kullanmaksızın otomobile bağlanmak mümkün. Otomobili bir uygulama yardımıyla açıp kapatma işlemi, önceki yöntemle kıyasla altı kat daha hızlı ve sadece 1.6 saniye sürüyor. Ayrıca tüm süreç, etkili bir kriptografik şifreleme altında gerçekleştiriliyor. Bu süreçte tüm faaliyetler blockchain üzerinde kaydedilerek, dışarıdan müdahaleye kapalı bir şekilde, uygulama üzerinden takip edilebiliyor. Bu bağlamda otomobile dijital ve güvenli bir şekilde erişim izni verilmesi ve otomobil sahibinin verilen



izinleri dilediği zaman görüntülemesi mümkün.

Porsche aynı zamanda blockchain teknolojisini temel alan yeni iş modelleri üzerinde çalışıyor. Denetlenebilir veri dosyalama sayesinde, işlenecek bilgiler dağıtılmış bir blockchain üzerinde yerel olarak şifreleniyor. Kullanıcı, kendi kontrolündeki bu verileri nasıl kullanılacağına duruma göre karar verebiliyor. Tüm veri

hareketleri blockchain üzerinde kayıt altına alındığından, verilerin silinmesi ihtimaline karşı şeffaflık sağlanıyor. Bu bağlamda geleceğin otonom sürüş sistemlerinin de yeni fonksiyonlar kazanması muhtemel. Örneğin bu sayede yerel olarak toplanan ve otonom sürüşü geliştiren veriler, güvenli bir şekilde diğer araçlarla paylaşılabilir ve müşteriler, korumalı bir şekilde paylaşılan sürüş verilerinden yararlanabilir.

Paynet'in yeni Genel Müdürü Bakay Korkmaz oldu



Bakay Korkmaz

Türkiye'nin bankacılık sistemi dışındaki en büyük ödeme sistemleri kurumu olan Paynet'in yeni Genel Müdürü Bakay Korkmaz oldu. Finans dünyasının deneyimli ve başarılı isimlerinden Bakay Korkmaz, 20 yıldır Türkiye'nin önde gelen banka ve finans kurumlarında yönetici olarak görev yapıyordu. Korkmaz yönetimindeki Paynet, yeni ödeme sistemleri ve teknolojileriyle daha fazla ödemeye aracılık etmeyi hedefliyor.

1975 doğumlu Bakay Korkmaz, 1997 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nden mezun olduktan sonra kariyerine finans sektöründe başladı. Korkmaz, 2006 yılında işletme yüksek lisansını tamamladı. 20 yıllık kariyeri boyunca sırasıyla Citibank, Millenium Bank, Akbank, Yapı Kredi ve HSBC'de şube ve bölge müdürlüğü görevleri ile genel müdürlük satış ve pazarlama departmanlarında direktörlük ve grup başkanlığı görevlerinde bulundu.

*“Acil nakde ihtiyacım olduđunda,
kredim anında hesabıma yatsa.”
diyorsan...*

0 iş cepte!



30.000 TL'ye
kadar
Anında Kredi
7/24
İşCep'te.



İşCep'i indir, işini cepte bitir.



Ayrıntılı bilgi: isbank.com.tr

► Bitcoin, Ethereum, Ripple ile uçuş dönemi başladı

Online uçak bileti satış sitesi Ucuracak.com, dijital paralarla hizmet vermeye başladı. Sitenin üyeleri, sistem üzerinden Bitcoin, Ethereum, Ripple gibi kripto para birimleriyle uçak bileti alabiliyor. Gelişen teknolojinin paradigma değişimini de beraberinde getirdiğine dikkat çeken Ucuracak.com CEO'su Fahri Toğa, bu kararın gerekçesini şöyle açıklıyor: "Birçok ülkede nakit para kullanımı azalıyor. Bankacılık sistemindeki elektronik ödeme sistemleri yerini kripto para birimlerine bırakıyor. 142 ülkede şubesi bulunan uluslararası danışmanlık firması olarak, küresel çaptaki yeni eğilimleri göz önünde bulundurarak turizm alanına yatırım yaptık. Prae Tourism'in markası olan Ucuracak.com, 15 aylık bir yazılım ve iş geliştirme sürecinden sonra faaliyete başlayan başarılı bir start-up projesi. Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği ve TÜRSAB belgelerine sahip site, tüm dünyada yüzlerce destinasyondan binlerce uçuşu karşılaştırma ve en uygun



Fahri Toğa

uçak bileti satın alma olanağı sunuyor. Ödeme sistemine geleneksel para birimlerinin yanı sıra elektronik para birimlerini de dahil ederek kullanıcılarımızın memnuniyetini maksimum seviyeye ulaştırmayı hedefliyoruz."



PayU'nun global ürün stratejisi Türkiye'ye emanet

PayU Türkiye CEO'su Y. Emre Güzer'in görev ve sorumlulukları arasına, PayU'nun 4 kıtadaki hedeflerine ulaşmasını sağlayacak global ve lokal ürün stratejilerinin belirlenmesi de eklendi. Güzer, "Global Ürün Stratejisi Başkanı" unvanıyla PayU'nun EMEA ve LATAM (Latin Amerika) bölgelerindeki hedeflerine ulaşmasını ve pazar payını artırmalarını sağlayacak global ve lokal ürün stratejilerinin belirlenmesinin yanı sıra artan rekabet ortamında lokal ödeme araçları ve farklı partilerle işbirliklerinin dengeli bir yapıya kavuşturulması ile lokalde başarı gösteren ürünlerin globale yayılmasının sağlanması gibi görevlerin sorumluluğunu üstlendi. Güzer, Türkiye ödeme teknolojilerindeki üstün gücünün PayU'nun kendilerine



Y. Emre Güzer

bu sorumluluğu vermesinde etkili olduğunu düşünüyor. Ödemeler ekosisteminde denemeler yapmak ve nabız ölçmek için ideal şartları sunan bir ülke olduğumuzun altını çizen Güzer, "PayU olarak farklı ülkelerde edindiğimiz deneyimi, global ölçekte işbirliklerimizi artırarak diğer pazarlara da profesyonel bir şekilde sunacağız" diyor.

1980 İstanbul doğumlu Y. Emre Güzer, çalışma hayatına 2001 yılında Pamukbank'ta başladı. Yönetim Bilişim Sistemleri üzerine yüksek lisans yapan Güzer, 2002-2004 yılları arasında Assist Line'da Boyner Back-Up kartın doğuş sürecinde yer aldı. 2004'te Garanti Bankası bünyesinde profesyonel anlamda e-ticaretle tanıştı. Sonrasında Hedef Alliance Holding'de B2B platformu ve CRM altyapılarının kurulumu ve müşteriyle temas



noktalarının iyileştirilmesi çalışmalarını yürüttü. 2007'de katıldığı Teknoloji Holding bünyesinde dünyada satın alma fonksiyonunu kendi üzerinde barındırabilen ilk ve tek fiyat karşılaştırma sitesi projesinin "iş geliştirme" tarafında yer aldı. Aynı dönemde yapay sinir ağları ile ürün/kategori eşleştirilebilmesi amacıyla TÜBİTAK ve TTGV'nin desteklediği "E-ticarette yapay zekaya dayalı güvenli veritabanı entegrasyonu" projesinde aktif rol aldı. Eylül 2011'de PayU Türkiye CEO'su olarak atanan Güzer, Eylül 2015'te kurucuları arasında yer aldığı Ödeme ve Elektronik Para Derneği'nin (ÖDED) yönetim kurulunda hâlen görev yapıyor. Güzer, Ekim 2016'dan bu yana da TOBB E-Ticaret Meclisi Yönetim Kurulu Üyesi.

moka

Hızlı ve Güvenli Ödeme Çözümleri

MOKA ihtiyaçlarınıza uygun sanal pos çözümleri sunar. Ödeme almak için Moka POS'u online mağazanıza entegre edebilir, akıllı telefonunuzu ya da hazır ödeme ekranlarımızı kullanabilirsiniz.

Banka ve kredi kartlarından ödeme alma

Paranız ertesi iş günü hesabınızda

Aylık sabit ücret ve hizmet bedeli yok



12 aya kadar taksit imkanı

Siz de şimdi vakit kaybetmeden
Moka POS'a BAŞVURUN



KULLANMANIZ İÇİN 10 NEDEN

Moka POS

- Paranız ertesi iş günü hesabınızda
- 3D ile güvenli ödeme
- Açık kaynak kodlu e-ticaret siteleri için hazır ödeme modülleri
- Kredi kartlarına 12 aya kadar taksit imkanı
- SMS ve e-posta ile ödeme isteği gönderme
- Hazır ödeme ekranı
- Online başvuru ve 24 saat içinde aktivasyon
- Tek sözleşmeyle tüm banka kartlarından ödeme alma
- Sabit ücret ve hizmet bedeli yok
- Detaylı finansal yönetim ve raporlama

mokapos



/mokaodemecozumleri



www.moka.com



info@moka.com



+90 (850) 333 98 99



Cumhuriyet Mahallesi Adnan Menderes Caddesi No:22/C 34788 Taşdelen Çekmeköy / İstanbul

Yenilenen **Cardtek** Sanal POS DÜNYAYA AÇILIYOR





Cardtek, 150'yi aşkın kurumun çözüm ortağı olarak 25 ülkeye teknoloji ihraç ediyor. Cardtek CEO'su Turgut Güney, "Türkiye'de edindiğimiz deneyimle farklı ülkeler için de kartlı ödeme çözümlerinden dijital ödemelere, e-ticaretten donanım hizmetlerine kadar geniş bir perspektifte teknoloji üretiyoruz. Sanal POS çözümümüzü de başta Kuveyt, Ürdün, Lübnan, Umman, Birleşik Arap Emirlikleri olmak üzere Ortadoğu ülkelerinden başlayarak yurtdışında da yaygınlaştıracamız" diyor...

Cardtek CEO'su
Turgut Güney

**ABDULLAH
ÇETİN**

Cardtek Sanal POS, güvenli ve kesintisiz hizmet vermesinin yanı sıra bankalar ve üye işyerleri açısından işlemleri anında izleme, anında uyarı sistemi, detaylı raporlama, hızlı ve kolay entegrasyon, kapsamlı ve esnek "fraud" modülü, farklı dilleri ve para birimlerini destekleme gibi özellikleriyle oldukça donanımlı ve tüm ihtiyaçlara cevap verecek şekilde yeniden dizayn edildi. Cardtek CEO'su Turgut Güney, çözümün farklı dilleri destekleyen "multi-language" ve yine farklı para birimlerini destekleyen "multi-currency" özellikleriyle dünya çapında satılabilecek bir ürün haline geldiğini vurguluyor. Turgut Güney ile Cardtek'in yenilen sanal POS çözümü-

nün kullanıcıları için sağladığı avantajları ve ihracat açısından hedef pazarları konuştuk...

Türkiye'deki e-ticaret ve mobil ticaret ekosisteminin durumunu, bu alandaki potansiyeli değerlendirebilir misiniz? Dünyayla kıyaslandığında ne durumdayız?

TÜSİAD'ın 2017 yılında yayınladığı bir rapor, küresel e-ticaretin hacminin sadece son 4 yılda 630 milyar dolardan 1.6 trilyon dolara çıktığını ortaya koyuyor. Toplam perakende pazarı içinde de elektronik ticaretin payı iki katı aşan bir büyüme göstererek yüzde 4.2'den 8.5 seviyesine ulaştı. Üstelik bu büyüme durmaksızın devam edecek.

Aynı rapor, 2021 yılında perakende pazar hacminin yüzde 13 oranında e-ticarete kayacağını öngörüyor.

Türkiye'deki büyümeyi de dünyayla benzer oranlarda gözlemliyoruz. TÜSİAD raporunda Türkiye'de e-ticaret hacmi 2016 yılı itibarıyla 17.5 milyar TL olarak belirlenmiş. Perakende pazarındaki payın ise 2012'ye oranla iki kat artarak yüzde 3.5'e ulaştığı gözleniyor. Yani dünyayla aynı hızda büyüyor ama toplam perakende içindeki hacim olarak geriden geliyoruz.

Türkiye kartlı ödemeler pazarına bakıldığında ise veriler bize, 2016 yılıyla kıyaslandığında online ödemelerin 2017'de son 5 yılın en büyük büyümesini göstererek yüzde 45 arttığını söylüyor. Genç nüfusun artışı ve dijital dönüşümün etkisiyle internette yapılan kartlı ödemenin toplam harcamalar içindeki payı ise yüzde 14'ü geçmiş durumda. Ayrıca 2017 yılında her 5 kredi kartından 2'sinin internet alışverişlerinde kullanıldığını görüyoruz. Bu gelişmeler oldukça umut verici.

Yeni nesil ödeme sistemlerinin gelişmesiyle birlikte, dünyada da ticaretin rotası mobile ve e-ticarete kayıyor. Günlük işlemleri kolaylaştıran, daha kişisel ve daha verimli bir alışveriş deneyimi sunan platformlar hızla benimseniyor. Bugün bir Çinli, sadece Alipay hesabını kullanarak dünyanın pek çok yerinde kur farkı hesabı yapma, döviz bozdurma gibi derter olmaksızın alışveriş yapabiliyor. Türkiye'de henüz ilk aşamalarında olan, ürünün siparişini online platformda verip, mağazadan temin etmeyi tanımlayan "click & collect" sistemi ABD gibi ülkelerde alışverişin vazgeçilmez oldu. Mobil ödeme, click & collect ve benzeri işlevsel teknolojilerin dünyanın her yerinde popüleritesinin artacağını öngörüyoruz.

Cardtek'in bankalar ve ödeme servisi sağlayıcı (PSP) firmalara sunduğu sanal POS çözümünü kısaca anlatabilir misiniz? Bu ürüne ne gibi yeni özellikler eklendi? Sanal POS altyapısı teminindeki pazar payınızı, mümkünse belli başlı müşterilerinizi öğrenebilir miyiz? Cardtek'in uçtan uca ödeme altyapısı sunması bu konuda ne gibi rekabet avantajları sağlıyor?

Cardtek olarak mevcutta kullanılmakta olan "sanal POS" (V-POS) ürünümüzü, değişen ve gelişen pazar talepleri ve sektör tecrübemizi kullanarak geliştirdik. Özellikle pazarın ana ihtiyacının "kesintisiz ve güvenli hizmet" olduğunu fark ederek, odağımızı bu alanda yoğunlaştırdık ve ürünümüzün yüksek bir "availability" (kullanılabilirlik) oranıyla relansmanını yaptık. Daha teknolojik bir ifadeyle, tüm sistem bileşenlerini aktif-aktif olacak ve network altyapısı iki ISP (internet servis sağlayıcı) ile kesintisiz otomatik geçiş sağlayacak şekilde yedekleyerek hizmet vermeye başladık. Sanal POS çözümümüzü, güvenli ve kesintisiz hizmet vermesinin yanı sıra bankalar ve üye işyerleri açısından işlemleri anında izleme, anında uyarı sistemi, detaylı raporlama, hızlı ve kolay entegrasyon, kapsamlı ve esnek "fraud" modülü, farklı dilleri ve para birimlerini destekleme gibi özellikleriyle oldukça donanımlı ve tüm ihtiyaçlara cevap verecek şekilde yeniden dizayn ettik.

Bugün artık B2C (firmadan müşteriye) alanında olduğu gibi B2B'de (firmadan firmaya) geliştirilen hizmetlerin de mobil platformlara taşınması önemli hale geldi. Biz

de bankalar ve üye işyerlerine yönelik geliştirdiğimiz bir mobil uygulama sayesinde sanal işlemlerin üye işyeri sahipleri veya yetkilendirilen kişiler açısından online olarak cep telefonları üzerinden anında izlenebildiği bir hizmet sunmaya başladık.

Bu ürün için sunduğumuz hizmet modellerimizi de farklı ihtiyaç ve taleplere uygun hale getirdik. Bugün isteyen firmalara ürünümüzü lisanslama yoluyla verebildiğimiz gibi, dış hizmet modeli alternatifleriyle de çalışabilecek esnekliğe sahibiz. Ürünün modüler yapısı firma ihtiyacına göre sadece ihtiyaç duyulan modüllerin satın alınabilmesini de destekliyor.

Bugün Cardtek sanal POS, pazarın "hijyen faktörleri" diyebileceğimiz PCI DSS, Visa/Mastercard/AMEX 3D Secure standartlarıyla uyumlu çalışıyor. Sunduğumuz hizmet aynı zamanda tek tuşla ödeme ve kart saklama özelliklerini de destekliyor.

Türkiye pazarına yönelik geliştirdiğimiz bu hizmet paketini, yurtdışı için de birlikte çalıştığımız iş ortaklarımızdan gelen talepler doğrultusunda geliştirmeye devam ediyoruz.

Sanal POS çözümünüz için müşterilere sunduğunuz lisanslama veya dış kaynak temini, "kullandığın kadar öde" seçeneklerini detaylandırabilir misiniz?

Yeni iş modellerine baktığımızda, artık kurumların kendi ana faaliyet alanlarına odaklanarak, diğer alanlar için bu işleri en verimli ve etkin şekilde yapabilecek üçüncü partilerin dış hizmet modellerine doğru kaydırma eğiliminde olduğunu gözlemliyoruz. Bu ihtiyaçtan hareketle Cardtek olarak dış hizmet modeli verdiğimiz iş kolumuzla müşterilerimizin bireysel ve kurumsal e-ticaret ve borç ödeme işlemleri için web, mobil uygulama ve banka şube veznelerinden ödeme yapabilmelerini sağlayan, uçtan uca yönetim ve işletimini mümkün kılan "yeni nesil ödeme platformu" hizmeti sunuyoruz.

Bugün dış hizmet modelimiz sayesinde vergi daireleri, belediyeler, kurum, banka, ödeme hizmet sağlayıcı ve e-ticaret firmalarının müşteri profillerinin yönetimi, kart saklama, ödeme işlemi gerçekleştirme, borç sorgulama ve tahsilat işlemleri (fatura, vergi, aidat vb...) üye işyeri yönetimi, sahtecilik önleme ve raporlama gibi farklı ihtiyaçlarını karşılayabilecek durumdayız. Türkiye'de ödeme sistemleri alanında hizmet veren büyük bankaların yanı sıra



Güvenli ve Kesintisiz

Kullanıcı Dostu Ekranlar ve Mobil Uygulama

Kolay ve Hızlı Entegrasyon

Ölçeklenebilir ve Esnek İş Modeli

Banka ve Üye İşyerleri için Anlık Monitoring

Yenilikçi Özellikler

CARDTEK sanal POS

uluslararası şemalar ve sektörün büyük e-ticaret firmaları da referanslarımız arasında.

Sanal POS hizmetimiz için talep eden firmalara, ürünümüzü lisanslama yoluyla verebildiğimiz gibi dış hizmet modeli alternatifleriyle de sunabiliyoruz. Bu opsiyonu seçen müşterilerimiz, kart saklama hizmeti de dahil olmak üzere Cardtek üzerinden belirtilen tüm özellikleri içeren güvenli ve kesintisiz bir hizmet alabiliyor.

Yine ürünümüzün modüler yapısı, firmaların sadece ihtiyaç duydukları modülleri satın almasını sağlıyor. Hatta ihtiyaçlar doğrultusunda belirli modüllerin lisanslanması, bazılarının da dış hizmet modeliyle şekillendirilmesi mümkün. Sanal POS ürünümüzün işlem adedine göre farklılaşan kademelendirilmiş ücretlendirme yapısı, işlem adetleri arttıkça firmalar lehine tasarruf sağlanmasına yani Cardtek olarak benimsediğimiz “birlikte büyüme” stratejimize hizmet ediyor.

Özellikle KOBİ düzeyindeki firmaların ihracat yapabilmesi için e-ticaret çok önemli bir kanal haline geldi. Ödeme servis sağlayıcılar, bankalar bu konuda nasıl bir altyapı sağlıyor? Birçok ülkede ofisleri, işbirlikleri bulunan Cardtek, e-ihracatın artırılması konusunda ne gibi katkılar sunuyor?

Cardtek olarak bugün 150’yi aşkın kurumun çözüm ortağı olarak 25 ülkeye teknoloji ihraç ediyoruz. 300’e yakın çalışanımızla Silikon Vadisi, Chicago, Toronto ve Dubai ile İzmir ve Ar-Ge merkezi olarak konumladığımız İstanbul’daki ofislerimizde hizmet veriyoruz. Türkiye’de edindiğimiz deneyimle farklı ülkeler için de akıllı şehir projeler-

inden dijital ödemelere, e-ticaretten donanım hizmetlerine kadar geniş bir perspektifte teknoloji üretiyoruz.

Cardtek olarak sanal POS hizmetini sadece yurtiçi değil yurtdışı pazarları da hedefleyerek geliştiriyoruz. Ürünümüz farklı dilleri destekleyen “multi-language” özelliği ve yine farklı para birimlerini destekleyen “multi-currency” özelliğiyle dünya çapında satılabileceğimiz bir ürün haline geldi. Hazır API ile desteklenen hızlı ve kolay web entegrasyonu tüm diller için verilen kod desteği de ürünün Türkiye dışında satışına imkân sağlayan hizmetler.

Sanal POS için hedefimiz, Türkiye pazarının yanı sıra özellikle Ortadoğu bölgesine odaklanarak Kuveyt, Ürdün, Lübnan, Umman, Birleşik Arap Emirlikleri’nde de ürünün yaygınlaştırılmasını sağlamak. Yurtdışı pazarlar için birlikte çalıştığımız iş ortaklarımızdan gelen talepler doğrultusunda çözümümüzü geliştirmeye devam edeceğiz.

Bankalar ve ödeme servis sağlayıcıları farklı bölgelerde, farklı para birimleriyle ödeme altyapısı sunuyor. Cardtek’in çözümü bu konuda nasıl rol oynuyor?

Biraz önce de belirttiğim farklı dil ve para birimlerini destekleyen multi currency ve multi language özelliklerine ek olarak Visa ve Mastercard kartları kabul edebilen sistemimize, iş planımızda yer alan UP, Diners, Amex, JCB, Discover gibi diğer kart tiplerini de destekleyecek altyapıyı kurmak üzere çalışmalarımıza devam ediyoruz. Ayrıca dünya çapında geçerliliği ve yaygınlığı olan çeşitli ödeme sistemlerini destekleyebilmek için çalışmalara başladık. PayPal ve Alipay’ın yanı sıra Shopify, Magento, Presta shop gibi farklı e-ticaret altyapıları da merçemiz altında. ☺



NCR, sizi 18 NİSAN'DA FERİYE'YE DAVET EDİYOR!

Bankacılar ve Sigortacılar NCR'in Yeni Çözümleri için Buluşuyor!

Tüketici Deneyimini Yeniden Tanımlamak!

18 Nisan Çarşamba günü, Feriye İstanbul'da sektör uzmanlarından oluşan ekibimizle gerçekleştirebileceğimiz etkinliğimizde tanışmak, Yazılım Çözümleri sunularımıza katılmak, stantlarımızda ihtiyaçlarınızı birebir paylaşmak, ürünlerin demolarını incelemek ister misiniz? Fractals, Authentic, Activate ve Vision dahil NCR'nin en yeni yazılım çözümlerini inceleyebilir, aynı zamanda CxMarketing yazılımımızın kişiselleştirme yeteneklerini görebilir, Interactive Banker'in self servis bankacılığın yeniden icat edilmesine nasıl yardımcı olduğunu keşfedebilirsiniz.

OTURUM BAŞLIKLARI

1. Branch Transformation
2. CxBanking Introduction
3. Transactions Processing & Frauds
4. NCR & Cisco Call Center Solutions
5. Channel Management, Monitoring & Big Data
6. End Point Security

TARİH 18 NİSAN 2018,
ÇARŞAMBA

YER FERİYE
Yıldız Mh., Çırağan Cd.
No:40, 34347
Beşiktaş/İstanbul



Berna Ülman
Visa Güneydoğu Avrupa
Bölge Genel Müdürü



tulin.cakmak@gundemmedyagrubu.com

Tülin Çakmak

**Zirve
Sohbetleri**

Finans, Türkiye’de kadın istihdamının en yoğun olduğu sektörlerden biri. Ancak bu alanda da, yönetim kademesinin üst katlarına çıktıkça çok az kadın olduğunu görüyoruz. Teknoloji ve ödeme sistemleri özelinde ise kadın çalışan ve yönetici sayısının azlığı daha belirgin bir şekilde karşımıza çıkıyor. Kadının iş hayatındaki yerinin belirginleştirilmesi, kadın istihdamının ve yönetici kademesindeki kadın sayısının artırılması, kariyer basamaklarını tırmanırken cinsiyet eşitsizliğiyle karşılaşmaması için mutlaka farkındalık yaratılması gerekiyor.

PSM olarak bu amaca destek olmak için ödeme sistemleri sektöründe üst düzey yöneticilik yapan, etki gücü yüksek, örnek oluşturan ve sayıları gittikçe artan kadınlara tuttuk projektörümüzü. Zirve yolunda karşılaştıkları engelleri, zorlukları nasıl aştıklarını anlatıp deneyimlerini paylaştılar. Kariyer basamaklarının başındaki kadın yönetici adaylarına tavsiyelerini de aldık... Projenin sonunda bir de raporumuz olacak.

“Zirve Yolunda” röportaj dizimizin ilkine Visa Güneydoğu Avrupa Bölge Genel Müdürü Berna Ülman ile başlıyoruz...



VISA GÜNEYDOĞU AVRUPA ÇALIŞANLARININ YÜZDE 59'U KADIN

Ödeme sistemleri ve ilişkili sektörleri, kadın çalışanlar ve kariyerleri açısından değerlendirilebilir misiniz?

Türkiye'de finans, kadınların ağırlıklı olarak çalıştığı bir sektör. Visa'nın Avrupa yapısına baktığımızda da kadınların yönetim kademelerinde temsil edildiği bir yapı var. Örneğin Avrupa CEO'muz bir kadın: Charlotte Hogg. Avrupa İcra Kurulumuzda görev yapan diğer pek çok yöneticimiz de kadın. Ben de Bölge Genel Müdürü olarak Güneydoğu Avrupa Bölgesi'ni temsil eden 9 ülkeden sorumluyum. Sorumlu olduğum pazarların üçünün başında kadın yöneticiler var. Bunlardan biri de Visa Türkiye Genel Müdürümüz Merve Tezel. Ayrıca İstanbul ofisimizde bölgesel pozisyonlarda olan pek çok kadın çalışanımız var. Güneydoğu Avrupa Bölgesi Ürün Yönetimi, Finans, Kurumsal İletişim, Üye İşyeri İlişkileri, Pazarlama fonksiyonlarımızın başında hep kadın yöneticilerimiz var. Bu arkadaşlarımız kendi alanlarıyla ilgili 9 ülkedeki faaliyetlerimizi yönetiyorlar.

Şirketinizdeki kadın-erkek çalışan dağılımı nasıl?

Memnuniyetle ifade etmek isterim ki sorumlu olduğum Visa'nın Güneydoğu Avrupa bölgesinde kadın çalışanlarımızın toplam çalışanlarımız içerisindeki oranı yüzde 59.

Yönetici olana kadar işyerlerinde yaşadığınız en büyük sorun ne oldu?

Yaşadığımız toplum ve Türk aile yapısı, bir özelliğiyle çalışan annelere yardımcı olurken bir özelliğiyle de kadınların üzerindeki yükü ağırlaştırabiliyor. Yani anneanneler, dedeler içtenlikle torunlarına bakarak çalışan annelere destek olurken, toplum geleneksel yapısıyla anneden görevini eksiksiz bir şekilde yerine getirmesini bekleyerek baskı yapabiliyor. Ben bu konuda hep çok şanslı oldum. Hem eşimin hem de annemin desteğiyle iş hayatımı dengeli bir şekilde sürdürebildim. Bir kadın çalışan ve yönetici olarak da şanslıydım çünkü çalıştığım şirketlerin hiç birinde bu konuda ne ayrımcılığa uğradım ne de kadının diye özellikle öne çıkarıldım. Çalıştım ve performansıma bağlı olarak kariyerimde ilerledim. Ancak bu herkes için geçerli değil biliyorum, bu sebeple kadınların gelişmesini, iş-aile dengesini kurmasını kolaylaştıran çalışmalara şirket içinde de dışında da olabildiğince destek vermeye çalışıyorum.

Kadının iş hayatında güçlenmesi için neler yapılabilir?

Kadınlara yönelik beklentiler iş hayatında da, sosyal yaşamda da yüksek. Kadınlar hem iş hayatında sürekli kendini ispatlamak hem de evini yönetmek ve çocuklarıyla ilgilenmek

zorunda. Gerek iş gerekse ev ortamında çok fazla sorumluluk yükleniyorlar. Hem anne olan hem de bir kadın yönetici olarak ben de bu konuda son derece duyarlıyım ve elimden geldiğince, kendi ekibimde çalışan hemcinslerimi bu konuda bilinçlendirmek ve güçlendirmeye çalışıyorum. Bu bağlamda ofisimizde kadın çalışanlarımızı geliştirmek için çeşitli eğitim programları da düzenliyoruz. Yakın zamanda, kadın yönetici ve çalışanlarımıza yönelik bütünsel liderlik eğitimleri düzenledik. Bu eğitimlerde kişisel farkındalığı artırmak, dişil ve eril özellikleri dengelemek, potansiyelimizin farkına varmak ve liderlik özelliklerimizi ortaya koymak gibi konuların üzerinde durduk.

Kariyerinin başındaki kadın yönetici adaylarına ilk tavsiyeniz ne olur?

İşte ve evdeki çifte mesai aşlında kadınların yönetim, problem çözme gibi alanlarda becerilerini geliştiriyor. Dolayısıyla ben kadın yönetici adaylarına, bu zenginliklerini işe taşımalarını, yaratıcılıklarını, zaman yönetimi becerileriyle, birden fazla işi aynı anda yönetebilmeleri ve azimleriyle öne çıkıp bu özellikleriyle başarıyı yakalamalarını tavsiye edebilirim. Kadın veya erkek çalışan ayrımı yapmadan, özellikle işini severek ve iyi yapmanın başarılı olmada çok önemli bir faktör olduğunu düşünüyorum.

Şirketinizde kadın yöneticilerin artmasına yönelik uygulama var mı?

Global ölçekte Visa işyerinde cinsiyet eşitliğine ve farklılıkların işe kattığı zenginliğe çok önem veriyor. Öyle ki San Francisco'daki merkez ofisimizde sadece bu konudan sorumlu bir Chief Diversity Officer'ımız (Çalışan Çeşitliliğinden Sorumlu Başkan) var. Kadın-erkek çalışan eşitliğinin yanı sıra şirkette farklı kültürleri temsil eden çalışanların istihdamı ve bu grupların gelişimi gibi konular bu yöneticimizin sorumluluk alanlarını oluşturuyor. Gerek global olarak, gerek bölge ve ülke düzeyinde çalışanların cinsiyet dağılımı bakımından dengede olmasına önem veriyoruz.

Anne olmak çalışan bir kadının kariyerini nasıl etkiliyor?

Çalışan kadınlar kariyerlerine anneliği de eklediğinde sorumlulukları ciddi ölçüde artıyor. Bu bir zorluk gibi görünse de aslında kadınların zaman yönetimini, hem ofisteki hem de evdeki işlerin aksamaması için organizasyon becerilerini ve problem çözme yetilerini geliştirdiğinden onları daha güçlü kılıyor. Bu özellikler kadınları kariyerlerinde de sorunların üstesinden daha rahat gelen, pratik çözümler üreten, zamanı iyi kullanan çalışanlara dönüştürüyor. Bu yüzden anneliğin, kadınları kariyerleri açısından olumlu yönde geliştirdiğini gözlemliyoruz. ☺



DIJİTAL ÇAĞ

YENİ NESİL ÖDE

Ödemeler dünyasının önde gelen temsilcileri, Türkiye’de ödeme hizmetlerinin yaygınlaştırılmasının, finansal servislere erişimin kolaylaştırılmasının, küçük esnafın rekabette avantaj sağlamasının önündeki engelleri aşmak üzere Ödeme ve Elektronik Para Derneği’nin (ÖDED) öncülüğünde, PSM “Gündem Toplantıları”nda bir araya geldi.

15 Mart’ta InterContinental İstanbul’da düzenlediğimiz toplantıya hem sponsor olarak katılan hem de değerli görüşlerini kamuoyuyla paylaşan Paynet, Ödeal, SRP Legal, Moka ve Papara yöneticileri, Finansgundem.com üzerinden binlerce kişinin izlediği oldukça başarılı bir canlı yayında görüşlerini paylaşma fırsatı buldu.

“Dijital Çağ: Yeni Nesil Ödeme Sistemleri” ana teması

konulu toplantımızın moderatörlüğünü ÖDED Başkanı Burhan Eliaçık yaptı. Paynet Genel Müdürü Bakay Korkmaz, SRP Legal Kurucu Ortağı Avukat Dr. Çiğdem Ayözger Öngün, Ödeal Kurucu Ortağı Fevzi Güngör, Moka Genel Müdürü Selim Gûsar ile Papara CEO’su İlker Diker de konuşmacı olarak katıldılar.

Canlı yayının açılış konuşmasını yapan Eliaçık, ÖDED’in hedef ve vizyonundan söz ederek “Hedefimiz, Türkiye’yi ödeme sistemleri alanında dünyada lider ülke ve markalardan biri haline getirmek. Bunu başarmak için de sektörün kendini değerlendirmesi, ihtiyaçlarını ortaya koyması ve kabul görmesi önemli unsurlardan biri” diyerek sözlerine başladı. FinTech’lerin önemine vurgu yapan Eliaçık, “Herkesin genel olarak kabul ettiği kurallardan biri, yeni nesil ödeme sistemleri ve FinTech’lerin finans dünyasına



ME SİSTEMLERİ

katılımı... Bu, geniş kitlelerin finansal servislere erişmesinin önündeki en büyük fırsatlardan biri. Ülkemizde 15 yaş üstü nüfusun yüzde 43'ünün herhangi bir finansal kuruluşta hesabı olmadığını biliyoruz. Kadın nüfusta bu oranın yüzde 70'lere ulaştığını biliyoruz. Finansal katılımın sağlanmasının önünde yeni oyuncular olarak gördüğümüz ödeme para kuruluşları ve FinTech'lere ciddi anlamda sorumluluk düşüyor. Bu negatif bir durum gibi gözükse de aslında ciddi bir fırsat" yorumunu yaptı.

Bankaların bu yeni dönemde FinTech kuruluşlarını bir iş ortağı gibi görmesi gerektiğine dikkat çeken Eliaçık, "FinTech'ler teknolojiye hakimiyet odaklı çalışmaları sayesinde finansal hizmetlerin etkin ve verimli çalışmasına da itici güçlerden biri. Bunu yaparken de sadece kendileri değil; işbirliği içinde olduğu finansal kuruluşlar ve başka

paydaşlarıyla da ortak iş modelleri üretiyorlar" dedi...

Burhan Eliaçık: Ödeal, değişimi, teknolojiyi kendi iş modellerine adapte eden şirketlere başarılı bir örnek. Fevzi, bu noktada teknolojik değişim ve dönüşümden ne anlıyorsun, bu iş modelinde ne gibi fırsatlar görüyorsun, ülkemizin 2023 vizyonunda bu anlamda neler katacağımızı öngörüyorsun?

Fevzi Güngör: Teknolojik değişim sadece bizim hayatımızı etkilemiyor, e-ticarette perakendecilerin de hayatını etkiledi, taksicilerin de hayatını etkiliyor. Dolayısıyla bütün endüstrileri etkiliyor ama teknoloji tek başına bunları değiştirmiyor. Teknoloji aslında bir şeylerin olabilmesini, ▶



birilerinin bunu kolayca değiştirebilmesini sağlıyor. Bugün bir uygulama yapıyorsunuz, bu uygulamayı telefonunuza indirdiğinizde arabanızı (Türkiye’de olmuyor ama) taksi gibi çalıştırabiliyorsunuz. Aynı ödeme servisleri dünyası içinde var. Daha da kritik bir noktaya geliyoruz, çünkü ödemenin finansal teknolojilere bakışı dünyada sadece bir ürün veya hizmet almakla sınırlı değil. Bu AB’de de böyle ABD’de böyle Türkiye’de de böyle. Artık yol, su, elektrik, kanalizasyon gibi bir kamu hizmeti olarak görülüyor. Gelinen noktada artık bariyerlerin kaldırılması, erişimin gerçekten tabana yayılması, bu hizmetlerden faydalanmak isteyen insanların önünde hiçbir engel kalmaması gerekiyor. Bu sadece bizlerin değil devletlerin de çok önemli bir önceliği. 2023’e giden yolda mutlaka erişim artacak. Bugün çokuluslu bir şirketin veya binlerce şubesi olan bir perakendecinin bu teknolojilere erişimle ilgili pratikte bir problemi zaten yok. Bizim gibi, 6493 sayılı kanuna göre faaliyet gösteren şirketlerin her birinin toplam personel sayısından fazlasını belki de onların finans birimleri istihdam ediyor. Birçok konuda oldukça yetkin şirketlerden söz

ediyoruz. Türkiye’de bankalar bu tür şirketlere hizmet verme noktasında dünyanın çok ilerisinde.

Buradaki kritik soru bize ne ihtiyaç var, biz neyi sağlıyoruz? Biz bu sınıfa girmeyen insanların, şirketlerin kendilerine teknolojik anlamda uyan finansal operasyonel erişimlerine uygun çözümleri sunmaya çalışıyoruz. Bu, hem yeni nesil ödeme sistemleri, hem e-para hem de ödeme şirketleri için böyle. Erişimin arttığı, bariyerlerin indiği bir dünya öngörüyoruz.

Bariyerin ne olduğunu da biraz açmak isterim. Bugün herhangi bir bankadan sanal POS almak için belki aylarca bekliyorsunuz oysa büyük ödeme şirketleri çok hızlı bir şekilde sanal POS veriyor, siz de bununla uğraşmak yerine işinizi geliştirmeye odaklanıyorsunuz. Aynı durum bankaya gitmek istemeyen bireylere çok değişik hizmetler veren şirketler için de geçerli. Hesap açmadan, fatura ödemedi, para transferine kadar birçok hizmeti sunuyorlar. Bu tür durumlarda bariyerleri ortadan kaldırmak, bu kesimi de sisteme entegre etmek gerekiyor.

“İstanbul finans merkezi olacaksa...”

Hepimiz endüstriyel düzenden geliyor, yani bir şeyi paketlenbilir halde üretim ve bunu milyonlara satalım diyoruz. Dünya artık böyle değil, bunun farkına varmamız gerekiyor. Müşteri tek, sen nereden hizmet sunarsan sun, ne istiyorsa onu alıyor. Çeşitlilik var ve müşteri her zaman kendi seçtiğini kullanmaya devam edecek.

Türkiye açısından baktığımızda da “İstanbul finans merkezi olacak” diyoruz ama bu hedefi FinTech’ler olmadan düşünmek mümkün değil. Türkiye finansal teknolojilerde bence dünya lideri. Bunu biz yaratmadık, geçmiş itibarıyla bankalar yarattı ama son dönemde Avrupa ve ABD FinTech oluşumuyla aradaki farkı kapattı. İstanbul aslında bir FinTech merkeziydi ve bunu kaybetmememiz gerekiyor.

“Pazar var, altyapı var, peki ne eksik?”

Burhan Eliaçık: Bazı raporlarda dünyada lider FinTech ülkelerinin hangileri olduğunu, kaç şirkete sahip olduklarını görüyoruz. Bu durumu mevcut bankacılık ve konvansiyonel finansal kuruluşlarıyla karşılaştırdığımızda şöyle bir resim var: Dünyada en büyük 100 bankacılık ve finansal kuruluşların olduğu ülkeler İngiltere, Amerika, Çin, İsviçre ve Fransa gibi sıralanıyor. Türkiye’den herhangi bir bankacılık ya da finansal kuruluş ilk 100 oyuncu arasında yer alamıyor maalesef. FinTech’ler için hazırlanan listelerde ise Çin’i görüyoruz ama İngiltere, Amerika, İsviçre, Fransa gibi ülkelerin bu alanda güç kaybettiğini görüyoruz. Bunun temel sebebi de finansal teknolojiler için ekosistem oluşturamamış olmaları. Mevcut bankacılık ve finans sistemi yeterince güçlü ama bunu FinTech’lerle desteklemeye dönük bakış açıları yok. Oysa bankacılık sistemini daha ileri taşıyacak yapılar FinTech’ler.

Farklı raporlardan derlediğimiz bilgilere göre, 2010 yılından günümüze kadar tüm dünyada 11 bin FinTech şirketine 300 milyar dolarlık yatırım yapıldığını görüyoruz. Türkiye’de bu rakam 77 milyon dolar. Yani dünyadaki pastanın 10 binde ikisi kadar pay edinmiş tutar. Bu kendi bankacılık sistemiyle övünen bir ülke için hiç iyi bir gös-

terge değil, tatmin edici bir seviye değil. Peki neden böyle? Türkiye’de böyle bir potansiyel yok mu? Var. 30 milyona yakın henüz bankacılık sisteminden faydalanmayan kitleden bahsediyorsak, KOBİ’leri ve esnafı kattığımızda 4.5 milyonluk potansiyelden bahsettiğimiz ölçekte, potansiyel yok denilemez. Belki pazar buna henüz hazır değil denebilir ama tüketicilere değer katan hizmetlerle gittiğimizde bunun karşılık bulduğunu da görüyoruz. Türkiye, dijital teknolojilere de son derece alışkın, yatkın ve bunun için altyapısını yeterince sağlamış bir ülke. Yani pazar var, altyapı var, demek ki iyi yönetemediğimiz bazı alanlar var. Eksik olan ne? Ödeme, elektronik para kuruluşu ya da herhangi bir FinTech yatırımı için belirli ölçüğe kadar destek bulmakta herhangi bir zorluk çektiğimizi düşünmüyorum. Ama lig atlamak, istiyorsak daha üst seviyeye geçmek istiyorsak global pazarlara açılmamız lazım. Yatırımın belirli bir seviyenin üzerinde olması gerekiyor.

“5 milyonun üzerinde yatırım yapacak iştah var mı” diye baktığımızda, orada resim bulanıklaşıyor. İkincisi de kamu desteği gerekiyor. İlişki kurmak, sektörü anlatmak adına kamu otoritesi destek veriyor ama aksiyona geçme noktasında sorun yaşıyor.

Ya bu dönüşüme liderlik eden ve bu dönüşümü daha somut bir şekilde bölgede bir güç haline getireceğimiz bir yapıya bürüneceğiz ya da bu hizmeti üreten değil, kullanıcı hale geldiğimiz bir döneme doğru gideceğiz. Biz dernek olarak farkındalık yaratmak için gayret gösteriyoruz ama tüketici için bu alanda farkındalık yaratmanın temel nedenlerinden biri onlara daha iyi ve daha kaliteli hizmet sunmak.

Bakay, bu noktada senin bu kaliteli hizmet anlamında görüşlerini merak ediyorum...

“Fiziki ve sanal dünyayı birleştirmemiz gerekiyor”

Bakay Korkmaz: Tüm dünyada FinTech’ler ciddi yatırımlar alıyor. Örneğin geçen yıl dünyada 20 milyar dolarlık yatırım yapılmış. Türkiye’nin bu yatırımdan aldığı pay 10 binler seviyesinde. Yeni nesil ödeme sistemleri, dijital cüzdanlar, e-paralar, sanal POS gibi işler perakende de ciddi bir dönüşüm başlattı. Bankacılık olarak dünyanın çok ilerisindeyiz diye konuştuk. FinTech’te de aynı noktaya gelmemiz lazım. Bizi öne çıkaracak şey müşteri odaklı olmak. Müşteriler artık hizmeti tek bir yerden almak istemiyor. Alternatif dağıtım kanalları bitti, farklı kanallar devreye girdi. Düşünün yılların e-ticaretçisi Amazon bile fiziki mağaza açtı. Farklı seçenekler var, hangi kanaldan gideceğimiz bize kalmış durumda ama farklılaşma olması gerekiyor.

Biz ne yapıyoruz? Özellikle bayi ağı tarafında sanal POS’un yanında bir fiziksel POS hayata geçiriyoruz. İsteyen bayiler ikisini birden kullanıyor. Türkiye çok ilginç bir örnek. Çok hızlıyız ama İstanbul’dan 300 kilometre uzağa gittiğinizde orada müşteri halen geleneksel işler yapmak istiyor. Bizim yapmamız gereken, dünyaya öncü olacağımız alan fiziksel sanal dünyayı birleştirmek. ÖKC cihazlarında aynı şeyi yapmaya çalışıyoruz. Müşteri odaklı kaybetmememiz gerekiyor, bankacılıkta bunu yaptık ödeme sistemlerinde de bunu yaparız diye düşünüyorum.



“Regülasyonlarda çok önemli mesafe kat edildi”

Çiğdem Ayözger Öngün: Aslında işin doğası gereği engembeli bir yol var. Sektörde düzenlemeler hep arkadan geliyor; önce ihtiyaç geliyor, buna uygun ürünler ve hizmetler çıkıyor arkasından da yasal düzenlemeler yapılıyor. Önemli olan o düzenlemelerin ihtiyaçları karşılayıp karşılamadığı. Avrupa’da ödeme hizmetlerine ilişkin direktifin birinci versiyonu 2007 yılında çıktı. O direktifin dört ana hedefi vardı: Rekabetin gelişerek hizmetlere erişimin kolaylaştırılması, yeniliklerin desteklenmesi, inovasyonun desteklenmesi, tüketici haklarının ve tüketicinin kişisel verilerinin korunması...

Türkiye’de yeni oyuncularla birlikte daha istikrarlı, rekabetçi güvenli ve etkin bir çalışma ortamını oluşturmak üzere ödeme ve elektronik para kanunu yürürlüğe girme çalışmaları aşağı yukarı aynı dönemlerde başladı. Yani 2007 yılında bu konu AB Komisyonu’nda tartışılırken biz Merkez Bankası’na gidip “Türkiye’de de böyle bir düzenlemeye ihtiyaç var” diyorduk. Aynı durum FinTech’ler



için de geçerli. Nitekim Merkez Bankası da bu ihtiyaçları göz önünde bulundurarak 6493 sayılı kanunla ilgili çalışmalarını, 2013 yılında yürürlüğe girmek üzere hızlandırdı. BDDK'nın da desteğiyle Meclis'e sevk edilen kanun yasalaştı. Son 3 yıldır da pazarda aktif olarak lisanslı oyuncuların olduğu bir yeni pazardan bahsediyoruz. Tabii ki ihtiyaçlar 6493 sayılı kanunla birebir karşılanamadı. Sektörün temellerini düzenledi ama çok daha sofistike sorunlara 6493 sayılı kanun maalesef bugün cevap veremiyor. AB de bu ihtiyaçtan yola çıkarak ikinci bir düzenleme getirdi. Türkiye'de de siz oyuncuların pazarda yaşadığı pek çok sıkıntıya cevap verecek, teknoloji ve güvenlik odaklı bir yenileme yapılmak zorunda.

Biz SRP Legal olarak pek çok şirketle bugün faaliyet gösterdiği konularda uyum konusunda çalışırken aynı zamanda sektörün tamamının ortak sorunu olan bankalarla alternatif ödeme kuruluşları dediğimiz elektronik para kuruluşları arasındaki düzenlemeler noktasında ihtiyaçlarımızı dile getirme fırsatı bulduk. Bu konuda çok önemli bir karar Rekabet Kurumu'ndan çıkarma fırsatı bulduk. Geçen yılın sonunda Rekabet Kurumu hatta AB ülkelerinde de bir ilk sayabileceğimiz bir adım attı ve pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesi, tüketicilerin daha çok fayda sağlanması, inovasyonun yeni teknolojilerin teşvik edilmesi

gibi çok önemli ve rekabeti yeniden tesis edecek amaçlarla kredi kartı program ortaklığı sözleşmelerindeki FinTech kuruluşlarını pazar dışına itecek maddelerin sözleşmelerin dışına çıkarılmasına karar verdi.

"FinTech'lerin amacı müşteri deneyimi yaratmak"

İlker Diker: Nakitsiz toplumu konuşuyoruz ama şu an nakit hala çok güçlü ve günlük yaşamımızda küçük ihtiyaçlar için kullanılıyor. Bunun en büyük nedeni ise hızlı ödemeye erişimin hala çok fazla mümkün olmaması. Temassız ödemelere 10 yıl önce başladığımızı düşünürsek bugün geldiğimiz nokta, doğru teknoloji deneyimini yaşatamıyor olduğumuzu gösteriyor. Doğru kullanıcı deneyimi, sadece bireysel kullanıcı için değil, ödemeyi kabul eden için de sorunsuz olmalı. 2017 verilerine baktığımızda temassız ödeme oranı yüzde 37'lere ulaşmış durumda fakat bunun içindeki hacim hala çok küçük. Mart ayında 50 TL olan temassız ödeme limiti 90 TL'ye yükseldi. Önemli bir adım ama mobil ödemelerin de hayatımıza girmesiyle ben nakitsiz toplum anlayışına çok daha fazla hizmet edeceğimizi düşünüyorum. Kart kabulündeki güvenlik kaygısı da kullanımı negatif etkiliyor. Bunun da bilinçlendirmey-



le çözülmesi gerektiğini düşünüyorum. FinTech'lerin en güçlü yanı teknolojiyi hızlı kavrayan ve bunu kullanmaktan korkmayan, genç kitleye bu hizmetleri ulaştırabiliyor olması. Bankacılık sistemli kurulduğundan beri para alıp satma üzerine kurgulanmış oysa FinTech'lerin amacı kullanıcı deneyimi yaratarak farklılaşp bankacılık sektörünün oluşamadığı ya da bu sektörün dışında kalmış kitlelere hizmetlerini götürmek.

Türkiye'de hiçbir şekilde finansal ürünlerle tanışmamış 30 milyonluk bir kitle var. Toplam nüfusun yüzde 43'üne denk geliyor. Bütün Avrupa'da ise bu sayı 28 milyon. Rakamlardan Türkiye'nin ne kadar büyük bir FinTech pazarı olduğunu görebiliyoruz. FinTech'ler, bankacılık sektörünün yaşı, inancı gibi etkenlerle ulaşamadığı kitlelere bu servisleri hızlı bir şekilde ulaştırabiliyor. Bugün bizim gibi FinTech'lerin sağladığı çözümlerle örneğin 13-15 yaşında iki lise öğrencisi, birbirlerine para gönderebiliyor. Hiçbir şekilde bankada hesabı olmayan kitlelere bu dünyanın ürünlerini de ulaştırmasını sağlayan bir altyapı sunmuş oluyoruz. Biz yola çıkarken zaten bu kitleyi hedefledik. Bugün 13 yaşındaki bir çocuk herhangi bir fiziki noktadan dünyanın her yerine online, offline ödeme yapabiliyor, ATM'lerden para çekebiliyor, arkadaşına para gönderebiliyor.

“Değişime direnen kurumlar var!”

Selim Güsar: Değişim sadece finansal hizmetlerde değil, hayatımızın her alanında yaşıyor. Ne kadar dirensek de bundan kaçamayız. En basit örneği ticari taksilerle Uber arasında yaşanan çekişme... İşin yasal boyutlarını bir kenara bırakırsak burada yaşadığımız şey özetle şu: Bir değişim yaşıyor, bazıları buna direniyor ama bu bir gerçek.

Finansal teknolojileri de bu değişimin öncüsü gibi düşünmek şart. Doğal olarak, yine bu değişim rüzgarı karşısında direnç gösteren bazı kurumlar var. Kim bunlar? Bankalar çünkü finansal teknolojiler alanında ağırlıklı olarak bankaların ürünlerini biz de kullanıyoruz. Bankaların ürünlerini alıp onlara bankaların sağlayamadığı katma değerleri bir şekilde oluşturup yine bankaların isteyerek ya da mevcut durumlarından ötürü ulaşamadıkları ya da ulaşmak istemedikleri müşterilere bizler ulaşabiliyoruz.

Türkiye'de bankacılık hizmetlerini kullanmayan 30 milyon kişi olduğundan bahsettik. Bu çok ciddi bir potansiyel, diğer yandan önümüzdeki 3-5 yıl içinde dünyada finansal teknolojiler anlamında yapılması gereken yatırım tutar 150 milyar dolar olarak öngörülüyor. Bu ülkemizde kıyaslanamayacak bir tutar ama bizde de ciddi bir şekilde



bu artıyor. Bu nedenle konuyu biraz daha spesifik hale getirirsek önümüzdeki dönemde fon transferi ve ödemeler alanında finansal teknolojik ürünlerin çok daha yaygınlaşmasını beklemek mümkün. Bu bankaların gerek karar mekanizmalarındaki hantallık gerekse müşteriye ulaşma anlamındaki kanallarının çok yeterli olması birtakım konjektürel bazı durumların özellikle kartlı ödemeler sektöründe Türkiye'deki taksit gerçeğinin var olması gibi nedenlerden ötürü birçok hizmeti müşteriler FinTech'lerden alacak.

Bir diğer önemli konu güvenlik... 1990'ların sonundan itibaren ve günümüzde sektör olarak baktığımızda dolandırıcılık faaliyetleriyle mücadelede belki de dünyadaki en başarılı ülkelerden biriyiz. Güvenlik, FinTech sektöründe de hassasiyetle üzerinde durulan bir konu. Bu bir kolektif sorumluluk, yani nihai kullanıcıdan ödeme hizmet sağlayıcısına kadar herkesin üzerine düşen sorumluluklar var. Tüketici tarafına baktığımızda en çok sorun da buradan kaynaklanıyor. Bir şekilde bilince sahip olması o kart kullanımıyla ilgili sorumluluklarının neler olduğunun farkında olması gerekiyor. En azından nereden online alışveriş

yapıyorsa o sitenin gerçek olup olmadığını kontrolü, satış sözleşmelerinin ayrıntılı okunması, 3D uygulaması gibi kriterlere dikkat etmesi gerekiyor.

Bizlerin de ödeme kuruluşları olarak güvenlik anlamında ciddi çalışmaları hayata geçirmemiz gerekiyor. Hukuki sınırlar çerçevesinde kalmak kaydıyla veri paylaşımı da son derece önem kazanıyor. Sahtekarlık faaliyetleriyle karşı karşıya kalındığında, bizim dışımızdaki firmaların bunlardan etkilenmemesi adına belli ölçülerde veri paylaşımını da sağlamamız gerekiyor.

“Sorun para kazanmak değil, geleceğini kurtarmak”

Fevzi Güngör: Dijital teknolojiler geliyor, dünya değişiyor, biz geride kalıyoruz diye kaygılanıyoruz ama asıl sorun, dünyadaki mutsuzluk probleminin nedeni büyüme güdüsü. Yani dünyada şirketler büyümediği zaman mutsuz oluyor. Herkes daha fazla kazanmak zorunda gibi bir algı vardı. Şimdi denklem değişti, eski büyüme oranlarını bugünün dünyasında yakalamak artık mümkün değil. Bu nedenle artık servisleşirmek önemli. Örneğin Tesla, bütün otomotiv endüstrisini değiştiriyor. Google da değiştiriyor; Araba sahipliği şart değil, saatlik olarak kiralayın, hatta koltuğu kiralayın” diyor. Şimdi bu değer zincirindeki merkezileşme sadece para kazanmak ya da ülkeye para getirmekle ilgili değil, bu artık gelecek sorunu. Benim çoğum neyle geçinecek, ne iş yapacak, bu dünyada kendini nasıl ifade edecek? Kısaca problemler çok zorlaşıyor. Bunlara ülke bazında mesai harcamak, yatırım yapmak, desteklemek gerekiyor. Artık toplum tüfeğün, nüfusun önemi yok. Bu değer zincirinde belli noktalara odaklanıp buradan payımızı alma iradenizi göstermezseniz, başkaları sizin için bunu yapacak. İleride regülasyon çıkmış, düzenleme çıkmış, coğrafi sınırların içinde ben buna izin vermem gibi yaklaşımlar geçerli olmayacak.

“Lisans almadan kapalı devre çalışanlar var”

Çiğdem Ayözger Öngün: İnsan kaynağı, inovasyon, yatırım gibi ilgi çekici başlıklardan konuşuyoruz ama günün sonunda hangi yatırımcıyla hangi teknolojiyle hangi inovasyonu yaparsanız yapın gerçek anlamda rekabet ve servis kalitesinin yaşanabilmesi için doğru insan kaynağına ihtiyaç var. Doğru anlamak ve yorumlamak lazım. Yani her zaman büyümemiz gerekmiyor ama yaptığımız şeyi doğru yapmanız şart. Finansal teknoloji sektörünün hukuk bacağına bence en büyük zorluk, hem teknoloji hukukunu hem de finans hukukunu bilmek gerekiyor. Maalesef finansal düzenlemelere, teknolojiye ilişkin hukuk dersleri üniversitelerde okutulmuyor. Bu ikisini bir arada olduğu kombinasyonu ancak kendi olağanüstü çabalarınızla öğrenebilirsiniz. Bu noktada biz hukukçulara büyük görev düşüyor. BDDK'da Rekabet Kurumu'nda, MASAK'ta, Merkez Bankası'nda da rollerimiz var. Bütün bu rollerde teknoloji çok hızlı gidiyor, biz de arkasından koşuyor, yetişmeye çalışıyoruz.

Bu konuda ve birkaç örnek vermek istiyorum. Herkesin konuştuğu çok çekici başlıklar Bitcoin, Ethereum... Tüm bunların altyapısını blockchain oluşturuyor. Peki bunlar

hangi ülkede regüle edilmiş durumda? En çok elektronik para cinsinden işte destek veren ülkelere baktığımızda Avustralya, Kanada, İngiltere Amerika gibi devlerin yanı sıra Estonya, Finlandiya, İsveç gibi ülkeler de var. Henüz bu alanda düzenlemeler yapmayan çok sayıda ülke var, Türkiye de bunlardan biri...

Bir diğer alan kişisel verilerin korunması. Artık verinin tek bir sahibi yok, veriye dokunan herkes sorumlu olacak. Bu durumda Selim Bey'in sözünü ettiği güvenlik riskini nasıl azaltacağız? Güvenlik için veri paylaşımı için özel düzenlemeler getirilmeli mi? Tüm bu sorulara yanıt vermek, düzenleme yapmak gerekiyor. Bunlar çözüldüğünde hayat için de yeni sorunlar çıkacak elbette. Buradaki şirketlerin hepsi uzun süreçlerden geçerek lisanslarını aldı. Ancak hala hiçbir şekilde lisans almadan kapalı devre çalışan birçok yapı var. Ya da pazar yerleri gibi bazı iş modelleri var. Buralarda da rekabetin eşit seviyeye gelmesi için düzenlemeler yapılması gerekiyor.

“Elektronik para ve kripto para ayrımı iyi anlatılmalı”

Burhan Eliaçık: Kripto paralarla ilgili Merkez Bankası bünyesinde bir çalışma grubu kurulduğunu biliyoruz. Ama temennimiz şu olurdu: TCMB, BDDK, Hazine Müsteşarlığı, Gelir İdaresi Başkanlığı'nın da katıldığı, Türkiye'de legal olarak çalışan şirketleri, kamu yararını gözetecek bir FinTech çalışma grubu kurulması. Doğal olarak MB'nin bakış açısıyla kripto paralar bir ülke için riskse nasıl yönetileceğine dair politika belirlenmesi gerektiği de açık. O yüzden tamamen düzenlemelerin olduğu, elektronik para ile kripto paraların ayrıştırılması bunun için tüketici gözünde farkındalık yaratılması STK'lar ve işletmeler olarak bizim de görevimiz ama kamunun da bu anlamda etkin olması gerekiyor.

“Hedefimiz Türkiye'den bir 'unicorn' çıkarmak”

İlker Diker: Ben biraz da ön ödemeli kartlar şimdiye kadar neden başarılı olmadı konusuna değinmek istiyorum. Çünkü bugüne kadar ön ödemeli kartlar bankaların kredi ürünlerinin arkasında kaldı ya da çıkarılmaya değer görülmedi. Ben 16 yıllık bankacıyım, 4 yıldır da FinTech sektöründe girişimciyim. İşin iki tarafını da gördüm diyebilirim. Bankada yapılmaya çalışılan ön ödemeli kart projeleri her zaman kredili ve konvansiyonel bankacılık ürünlerinin arkasında ezildi. Şöyle klasik bir görüş var: “Ürüne odaklanmak yerine müşteriye ve çözüme odaklanmak.” Gerçekten de FinTech'ler bu konuyu oldukça başarılı yapıyor. Bugüne kadar kartlar sadece bankaların tekelindeyken artık bizim gibi şirketlerin de sunabildiği ürünlerden biri oldu. Böylece bankacılık sektörüne önemli bir alternatif oluştu.

İşte bu noktada biraz da rekabete girmek istiyorum. “Biz kimin rakibiyiz”den daha çok “biz kimin rakibi değiliz”i tartışmalıyız. Biz ilk olarak bankacılık sektörünün rakibi değiliz. Ürettiğimiz çözümlerle, tamamen bankacılık sektörünün ulaşamadığı kitlelere odaklanmış durumdayız. Bu kitlelere de bize verilen yetkiyle ulaşabilir durumdayız.



Ön ödemeli kartlar sadece bireysel dünyada değil, aynı zamanda küçük ve orta ölçekli işletmelerin de ihtiyacı. Geçenlerde bir konferansta bizim gibi faaliyet gösteren firmaların bankalar tarafından rakip olarak görüldüğüne dair bir görüş ortaya atıldı. Hepimizin ortak düşüncesi Türkiye'den bir “unicorn” (piyasa değerlemesi 1 milyar doları aşan girişim) çıkması, bunu yapabilmek adına da mutlaka bankacılık sektörünün ve servislerini desteğini almamız ve bu servisleri kullanmamız gerekiyor. 10 yıl önce İngiltere'de bankacılık sektörü FinTech'leri çok ciddi bir tehdit olarak gördü ama şu anda dünyanın FinTech merkezi durumuna geldiler.

“Faktoring sektörü de rakip olarak görülmüştü”

Selim Güsar: 1980'lerin sonunda faktoring sektörü oluşmaya başladığı dönemde, bankalar ciddi bir şekilde “ne oluyor, bir dakika, bu bizim işimiz, ticari kurumsal krediler bizden gidiyor mu” gibi kaygılarla bu sektörü kendilerine tehdit olarak gördüler. Ancak bugün böyle bir tehdit ortadan kalktı. Hatta neredeyse her bankanın ya da



finansal kuruluşun bir faktoring iştiraki var. Ama artık 10 yıl beklemeye gerek olduğunu düşünmüyorum. Açıkçası bankaların FinTech'lerin varlığı ya da onlarla işbirliği yapması anlamında zihniyetin değişmesi için çok daha kısa süreler yeterli olacaktır diye düşünüyorum

Bakay Korkmaz: Biz de bazı bankaların çözüm ortağı olarak çalışıyoruz sektör olarak. Avrupa'ya baktığımızda bazı bankalar ödeme sistemlerini tamamen FinTech'ler üzerinden yapıyor. Türkiye'de iki görüş var: Bazı bankalar artık iş ortağı olarak görüyor, bazıları "rakip mi değil mi, ne yaparız" noktasında ama bence ekonomi de sektör de dengesini bulacak. Daha hızlı bir zamanda iş ortağı haline geleceğiz diye düşünüyorum.

Fevzi Güngör: İlker, para hesabı açtığınızda aylık ücretiniz ne kadar?

İlker Diker: Hiçbir ücret yok!

Fevzi Güngör: Aylık hesap açtığınızda hiçbir ücret ödemek istemeyen müşteri size geliyor. Burada bir rasyonellik var. Yani "hadi biz FinTech'leri destekleyelim" demekle sorun çözülmez. Hesap açma işi sadece 1 liraya yapılabilir, Papara para almaz. Yani aylık 1-2 liraya liraya bu işleri yapmaya aday şirketler var. Ben çağrı merkezi sektöründe de çalıştım. Maliyetleri hesapladığımızda büyük rakamlar çıkıyor. Önce müşteriyi kazanacak, onu elinde tutacak ve ayda en az iki kez şubeye gelmesini, ürünlerini kullanmasını sağlayacaksınız. Bu bir banka için ciddi bir maliyet. Dolayısıyla bu işin evrileceğini söylemek mümkün. Türkiye'nin büyük bankaları, ödeme şirketlerine "Ben sana POS vereyim, sen paramı bende tut" diye değil, "Bu ürünü beraber çıkaralım, bunu sen sat, diğerini ben" diye bakıyor. Dolayısıyla "Bu değer zincirinde nasıl yer alabilirim" diye

baktığında zaten cevap ortaya çıkıyor.

“PTT şubelerinde neden kuyruk var?”

İlker Diker: Zaten biz bankalardan bambaşka bir müşteri kitlesi ve deneyimi hedefliyoruz. Bugün bir şubenin içine girip 20 TL para transferi yapmak isteyen müşteriyi banka zaten istemiyor. Bu ciddi bir maliyet. O vakti başka müşteriye harcayabilir. Bugün PTT'nin önünde sıra bekleyen bir sürü insan görürsünüz. Bu insanlar niçin PTT'ye gidip işlem yapıyor? 1 lira daha ucuz para transferi yapmak için. Demek ki böyle bir ihtiyaç var. Bizim hedeflediğimiz de mikro seviyedeki finansal işlemleri yapan kitleler. Yani aslında bankaların fokusunda olmayan, onun altında kalan kitle. Dolayısıyla hiçbir zaman rekabet ortamında biz bankalarla karşı karşıya gelmiyoruz olacağız.

Bakay Korkmaz: E-para için bu doğru. Sanal POS'ta da rekabet değil ama iş ortaklığı söz konusu. Çünkü bankalar, ödeme şirketleriyle anlaşırken sanal POS sayesinde binlerce müşteriye ulaşabiliyor.

“FinTech'ler için BDDK çatısı altında birim oluşturulmalı”

Çiğdem Ayözger Öngün: Düzenleme konusunda bir noktaya dikkat çekmek istiyorum. Biliyorsunuz halka açık şirketler için SPK oluşturuldu. Aslında bankacılığın, finans sektörünün bir alt başlığı olarak görülüp BDDK çatısı altında yönetilebilirdi. Ancak başından bu yana ayrı bir kurum olarak tesis edildi. FinTech'lerin de ayrıştırılması gerekiyor. Bu ayrıştırma BDDK çatısı altında bir direktörlük, farklı bir departman olabilir. Bağımsız bir kurum da... Bugün nasıl her işi yapan avukat, her işi yapan şirket yoksa kurumlar da her işi yapmamalı.

“Yeni nesil ÖKC maliyeti esnaf açısından pek düşünülmemiş”

Fevzi Güngör: Gelir İdaresi Başkanlığı'nın 26 Aralık'ta ödeme kaydedici cihazların (ÖKC) dördüncü versiyonuyla ilgili yayınladığı tebliğ, tüm çevre birimlerinin ödeme kaydedici cihazları bağlanmasını öngörüyor. Bir de teda-

rik modeli için farklı uygulama talebi var; hesapların nihai mükellef adına olması gibi... Ancak burada bir problem var. Üst tarafta zaten bu hizmetleri iyi alan, hacimleri tutturana, ÖKC almakta zorluk yaşamayan, zaten bankada kredisi olan, belki bankanın bilabedel yazarkasa verdiği işyerlerinde böyle bir problem yok. Ama alt segmente baktığımızda hiç kimse bir esnaf açısından düşünmemiş bunu. Yanlış anlaşılmasın, bunu yargılamak için söylemiyorum. Pazar öyle gelişmemiş. Pazar hep evrimleşerek ilerlediği için parça parça değişmiş. Esnafın durduğu yerden baktığımızda da tuhaf bir şey ortaya çıkmış. Yani bugün bir yerde bir butik perakende işyeri açıp çalıştıracaksanız SGK'ya, vergi dairesine gitmeniz gerekmiyor. Bunların hepsini mali müşavir hallediyor. Hatta şimdi online olacak; devlet bir sistem yapıyor, bütün izinleri 6 gün içinde alabileceksin.

Peki ÖKC için durum ne? ÖKC'yi satın alıp, kurulum yaptırıp sonra altı tane bankaya gideceksin. Modelini bileceksin, başvuruyu yapacaksın, uygulamalarının yüklenmesini bekleyeceksin. Her birinin servisi ayrı ayrı gelecek. Başvuru süreçlerini bekleyeceksin. Her biri için ayrı pazarlık edeceksin, her biri için bu pazarlıkların sonucunda mutabakat yapacaksın. Çünkü burada komisyonlar görüyoruz, değişiyor. Hadi bunları yaptın, sonra her işlem günü, gün sonunun mutabakatını yapacaksın; her bankayla ayrı ayrı.

Bu işin bir operasyonel, bir de finansal tarafı var. Her cihaz için banka başına 40 TL ücret, 10 TL de hesap işlem ücreti ödeyeceksin. Bankalardaki param ana hesabına EFT yapacaksın; hesap başı 4 TL. Bunların hepsini topladığında, ortalama üstü bir yer için çok anlamlı paralar değil. Ama aylık 300-400 TL'yi bulabilen maliyet, küçük ölçekli üye işyeri açısından çok önemli.

Biz bu süreci baştan düşündük ve “Üye işyerine, devletin kolayca sunduğu bu imkanın benzerini nasıl sunarız” diye sorgulayıp bir model geliştirdik. Burada bir yazarkasa üreticisi iş ortağımız var. Yazarkasayı biz alıp üye işyerine taksitle veriyoruz. İstedğinde iade edebiliyor, taahhüdü yok. Aylık ücretleri de teke indiriyoruz. Banka başı 100 TL'yi bulabilen maliyetin üzerine yazarkasaya da ortalama 1500 TL vermesi gerekirken, biz “Sadece ayda 100 TL ver, bunların hiç birine para ödeme. Hangi bankaya havale/EFT gerekiyorsa senin yerine ben yapayım” diyoruz. ☹



Verisoft, ABD'de sertifika aldı Slovakya'da ihale kazandı

Android POS çözümüyle Amerika'da First Data'nın "Tier2" sertifikasyonunu tamamlayan Verisoft, Slovakya'da ise ülkenin en büyük bankalarından ČSOB'un mPOS ihalesini kazandı...

Verisoft, dünyanın en büyük kart pazarı ABD'nin önde gelen kart kuruluşu First Data ile POS sertifikasyonunu tamamlayarak sahada kuruluş yapma iznini almaya bir adım daha yaklaştı. Projenin ikinci aşaması olan PA-DSS sertifikasyonunu başlatan Verisoft, bunu da aldıktan sonra ABD'deki işyerlerine POS kurma hakkını elde edecek. ABD'deki faaliyetlerini "Verisoft Americas Inc." şirketiyle sürdüren Verisoft, sertifikasyon sürecini tamamen yeni bir yaklaşımla çalışan Android POS ile yapmayı tercih etti. Bilindiği gibi ABD'de yazarkasa POS gibi bir zorunluluk yok. Dolayısıyla Android ve iOS gibi yeni teknolojilerle işlem yapma özgürlüğü var. Bu sayede çok daha yaratıcı ve kolay kullanımlı Android gibi platformları kullanmak mümkün. PCI PTS 5.X ve EMV L1/L2 onaylı A90 modeli, temassız işlemler için gerekli Mastercard PayPass, Visa payWave, Discover D-PAS ve AMEX ExpressPay sertifikalarına sahip. En son "PIN on Glass" PCI sertifikasyonu ile cihazların dokunmatik ekranı üzerinde güvenli PIN girişi yapılabilir.

RedDot tasarım ödüllü FLYPOS, Slovakya'da Verisoft, FLYPOS ürünüyle ise Slovakya'nın en büyük bankalarından ČSOB'un mPOS ihalesini kazandı. Bankanın prosesing şirketi SIA ile sertifikasyon işlemlerine başlandı. SIA firmasının ACI BASE 24 sistemiyle yapılan Visa ADVT ve Mastercard M-TIP testleri tamamlandı ve böylece ČSOB'un ülkedeki ilk mPOS sistemini esnafın yanı sıra diğer küçük ve orta ölçekli işletmelerin sunmasının önünde bir engel kalmadı. Slovakya'nın başkenti Bratislava'da kurulu Verisoft SK a.s. tarafından kazanılan bu ihaleyle Verisoft, Euro Bölgesi'nde POS acquiring (üye işyerlerinin kartlı ödemelerden doğan borç alacak ilişkisinin yönetimi) işlemleri yapmaya başlayacak. Verisoft, ülkedeki üye işyerlerine önce



FLYPOS mPOS, daha sonra farklı modellerde POS cihazları sunacak. RedDot tasarım ödüllü FLYPOS, 60 gram ağırlığı ve süper ince gövdesiyle dünyanın en hafif ve küçük POS cihazı. Buna karşılık, içindeki güçlü ARM işlemcisi ve Linux işletim sistemi, 32 MB ram, 128 MB flash belleği, 2 inç renkli ekranı, WiFi ve Bluetooth iletişim olanaklarıyla son derece güçlü ve hızlı.

PCI PTS 3.X ve EMV L1/L2 onaylı FLYPOS ürünü de temassız işlemler için Mastercard PayPass, Visa payWave, AMEX ExpressPay gibi sertifikalara sahip. FLYPOS, isteğe bağlı bağımsız veya Bluetooth ile eşleştirilmiş Android, iOS işletim sistemlerine sahip tabletlerin yanı sıra mobil POS cihazlarıyla beraber çalışabiliyor. Verisoft, Slovakya'daki projede, ČSOB için FLYPOS ile beraber Android tablet uygulamasını da geliştiriyor.



verisoft



ČSOB



red dot
design award

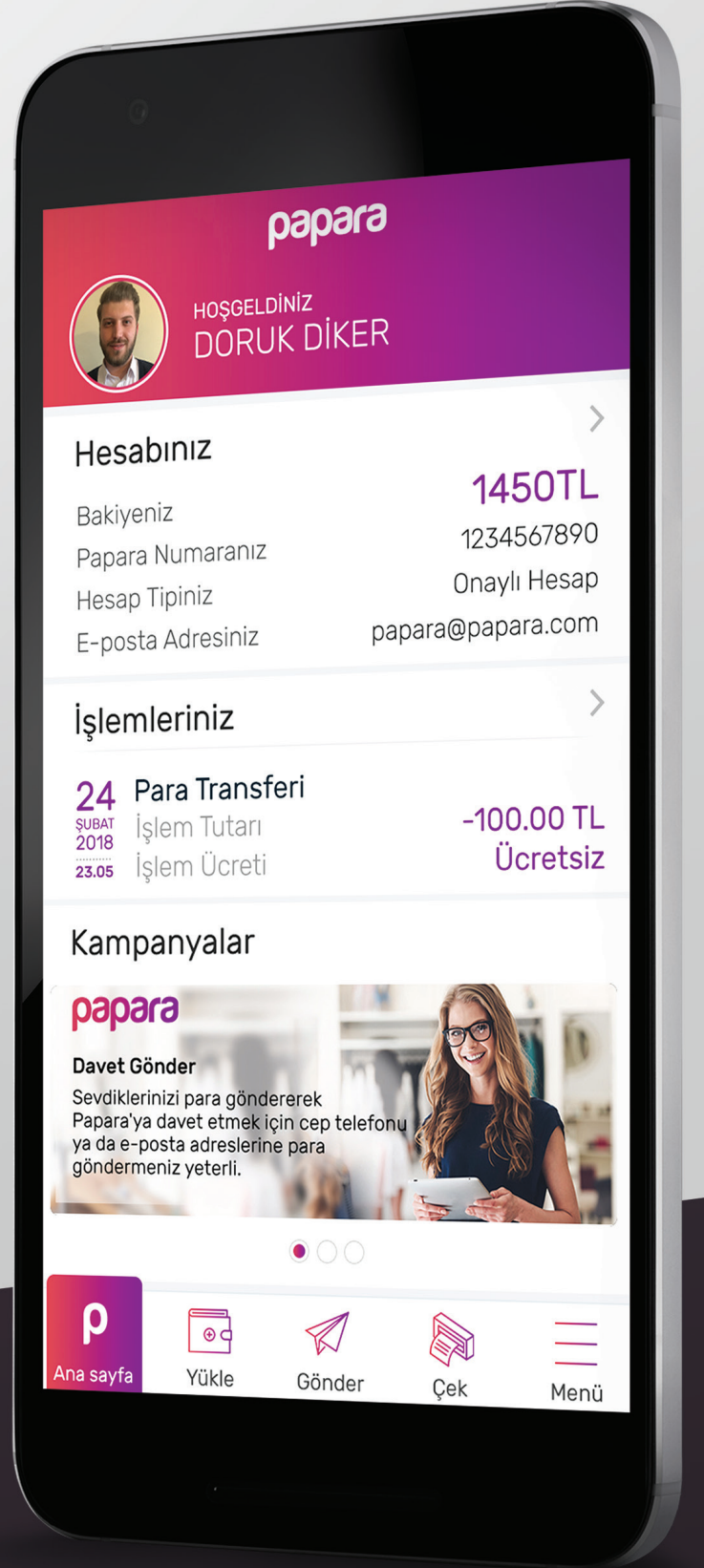


EFT SAATİNİ Mİ KAÇIRDIN?

PAPARA VAR!



ÜCRETSİZ PARA GÖNDER



HEMEN İNDİR!



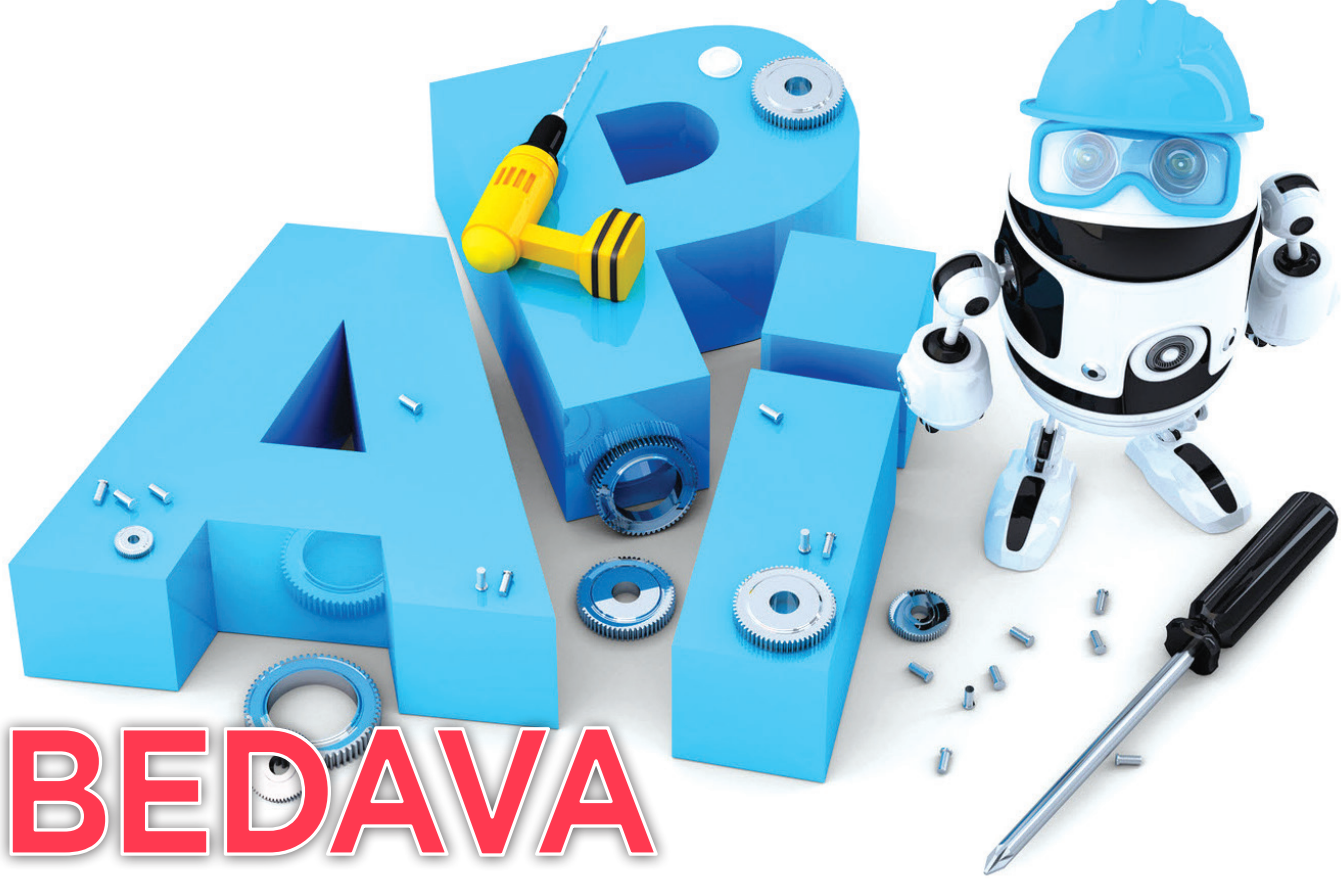
App Store'dan
İndirin



Google Play
'DEN ALIN

papara

www.papara.com



BEDAVA

iş geliştirme kaynağı ister misiniz?

Son yıllarda özellikle finans ve bankacılık dünyasında “açık API” (open API) terimini çok sık duyar olduk. Kısaca API kavramına bakarsak, “application programming interface”in (uygulama programlama arayüzü) kısaltması olarak kullanıldığını ve yazılım dünyasında bir sistemin sahip olduğu kaynakları, belirlenen şartlar altında, dış dünyaya servis edilmesi olarak tanımlandığını görüyoruz.

API bir teknolojiyi anlatırken, “açık API” kavramı ise API teknolojisi ve ortak işbirliği modelleri düşünmenin güncel halini anlatıyor diyebiliriz. Diğer bir deyişle yeni ekosistemler, iş modelleri yaratılmak için yeni çalışma yöntemlerine zemin hazırlayabilmek için teknoloji ve yeni bir anlayışın işbirliği olarak tanımlayabiliriz.

Bugün API’leri çok iyi kullanan örnek banka ve FinTech’ler mevcut. Örneğin, sadece online bankacılık hizmeti sunan Fidor Bank, bankaların gelecekte platform olarak hizmet vereceğine inanarak API’leri stratejisinin merkezine koydu. API’ler sayesinde dileyen üçüncü partiler yeni hizmetler geliştirebiliyor, bu hizmetler bir mobil uygulama mağazası gibi bankanın kendi uygulama mağazasından kullanıcılara sunuluyor ve kullanıcılar diledikleri ürün ve hizmeti kullanabiliyor. Transferwise’ın API’lerini kullanan N26 Bank, müşterilerine uluslararası para transferi hizmetini bu şekilde veriyor.

Mart ayında Yeni Zelanda’da ülke çapında API’lere yönelik bir pilot çalışma yapılacağı duyuruldu. Ülkenin ödeme sistemleri yönetiminden sorumlu Payments NZ, 2 API’nin

testleri için çalışmalarına başladı. Pilot kapsamında, hesap bilgisi sorgulama ve ödeme işlemini başlatma fonksiyonları test edilecek. Pilota API sağlayacak üç banka ve bu API’leri kullanacak üç entegratör firma olmak üzere toplam altı kurum katılacak. Ancak bu altı kurum dışında pek çok başka banka ve teknoloji firması çalışma gruplarına katılarak projeye katkı sağlayacak.

Yeni Zelanda’da tüm sektörün yatırım yaparak ortak bir API platformu kurmasının arkasındaki temel amaç, standartları belirleyerek süreçleri kolaylaştırmak ve verimliliği artırmak. Kurulacak API platformuyla API standartları ve bunların yönetimi yani kurumların nasıl ulaşabileceği, kullanabileceği gibi bilgileri kazanmak için hızlı bir deneyim ve uygulama süreci hayata geçirilecek.

Önümüzdeki dönemlerde “açık API” kavramını daha çok duyacağız. Avrupa Birliği’nin PSD2 (Ödeme Hizmetleri Direktifi) düzenlemesi, bankaların açık API servisleri sunmasını bir mecburiyet haline getiriyor. Bununla birlikte ülkemize de benzer modellerin gelmesi çok sürmeyecek. Unutmamak lazım ki PSD2’nin de arkasında daha açık ve kullanıcı dostu bankacılık sistemi yaratmak ve tüketici memnuniyeti sağlamakla beraber rekabeti köriklemenin yer aldığını söyleyebiliriz. Şimdiden finans kuruluşlarının bu konudaki stratejilerini oluşturarak; erişim çeşitleri, hangi verilerini açacağı, nasıl gelir elde edeceği, API standartları, müşteri şikayetlerini nasıl yöneteceği gibi pek çok konuyu değerlendirmesi gerekiyor. Diğer yandan API’ler açıldığında dışarıdaki kurum, girişimler de sizin kurumunuzun iş geliştirme ekiplerinin doğal bir parçası haline geliyor ki belki de API açmanın en büyük faydası burada yatıyor.



Özge Çelik
Bankalararası Kart Merkezi
İş Geliştirme Direktörü

İngiltere'den küresel Sandbox uygulaması geliyor

19-20 Mart tarihlerinde Londra'da düzenlenen "Innovate Finance Global Summit" (İnovatif Finans Küresel Zirvesi) sırasında FCA Yönetim Kurulu Üyesi ve Strateji ve Rekabet Direktörü Christopher Woolard yaptığı konuşmada, şirketlerin küresel çapta bir "sandbox" uygulamasına ihtiyaç duyduğunu belirtti ve bunun gerçek anlamda küresel büyüme için önemli olduğunu belirtti. Woolard'a göre blockchain şirketleri ve girişimleri de dahil olmak üzere Birleşik Krallık'ın 2016 yılında uygulamaya sunduğu sandbox içinde yer alan şirketlerin yüzde 90'ı başarıyla çıkış sağlayarak piyasaya açıldı. Bu noktada küresel standartlara yönelik bir uygulama sayesinde FinTech girişimlerinin AML ve KYC gibi alanlarda gereksiz



yatırımlarının önünün alınabileceği ve daha düşük maliyetli test ortamında başarılı olanların hızlıca küresel pazara girmesi hedefleniyor. Küresel bir sandbox uygulamasının aynı zamanda farklı ülkelerdeki düzenleyici

kurumların işbirliğiyle kara para aklama ve uluslararası yasa dışı faaliyetlere ait finansal akışın da denetlenmesi ve önünün alınması için yeni fikirlerin ve ürünlerin ortaya çıkmasını hızlandıracağına inanılıyor



BKM Express ile kasasız alışveriş deneyimi

BKM Express, dünyada henüz deneme aşamasında olan ve geleceğin ödeme yöntemlerinden biri olarak kabul edilen kasasız alışverişi, Türkiye'de ilk kez Kanyon Cam Oda'da D&R işbirliğindeki projeye hayata geçirdi.

BKM Express, Kanyon AVM ve D&R işbirliğiyle gerçekleştirilen proje kapsamında 31 Mart'a kadar Kanyon AVM'ye gelen BKM Express üyeleri, Kanyon Cam Oda'daki D&R'da kasasız alışveriş yapıyor, her 30 TL'lik alışverişlerinde de 10 TL indirim fırsatından yararlanıyor. BKM Express'in çözüm ortağı KPay ile geliştirdiği



altyapı sayesinde BKM Express kullanıcıları, Cam Oda'da D&R ürünleri arasından istediklerini seçip kasa ve kasiyere ihtiyaç duymadan kolayca ödeme yapabiliyor.

YENİ KUŞAK TECHFIN'E HAZIR



2018'in popüler sektörel tanımı TechFin'ler için yeni kuşaklar şimdiden hazır. "Amazon bankacılık sektörüne giriş yapmış olabilir ve bu sektör için oyunun kurallarını değiştiren bir gelişmedir." Dünyanın önde gelen danışmanlık şirketlerinden Bain & Company, "Banking's Amazon Moment" başlıklı analizinde kendi hazırladığı raporun detaylarını paylaştığı yazısında bu giriş cümlesini tercih etmiş. Makaleyi kaleme alan Gerard du Toit ve Aaron Cheris'in bu savlarını gerçekçi kılacak çok sayıda argümanı bulunuyor. Amazon'un Chase tarafından sunulan bir kredi kartı olduğunu belirten iki isim, bununla birlikte Amazon Cash adlı hizmetin, müşterilerin ABD genelindeki 10 binden fazla perakende mağazası üzerinden Amazon hesaplarına para yatırmayı sağladığını ifade ediyor. Bir argüman daha var: Amazon, geçen yıl çevrimiçi satış yapan küçük işletmelere 1 milyar dolardan fazla borç vermiş durumda!

Raporun tamamı ile ilgili habere ve diğer Fintech gelişmelerine www.fintechistanbul.org adresinden ulaşabilirsiniz.

Dilinizi, ihtiyacınızı anlayan dijital yardımcı: **ZİRAAT ASİSTAN**

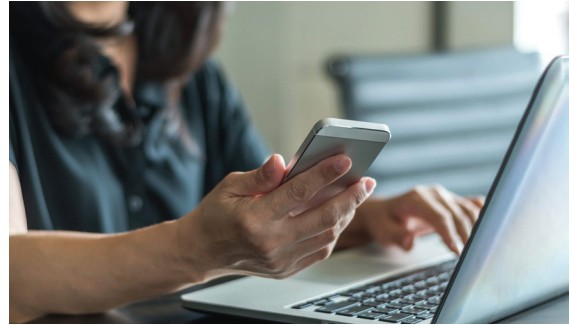
Yerli chatbot yazılımı kullanan Ziraat Asistan; “Kredi çekmek istiyorum”, “En yakın hizmet noktanız nerede”, “Döviz kurları hakkında bilgi alabilir miyim” gibi bankacılık işlemleri hakkında birçok soruyu kolaylıkla cevaplayabiliyor...

The screenshot shows the Ziraat Bankası website with a red header. The main content area features a promotional banner for 'Devir Hazine Müsteşarlığı güvencesiyle evdeki altınların kazanma devri!' with a 'DETAYLI BİLGİ' button. Below the banner are three yellow callout boxes: 'Vade Boyunca Nakit Getiri', 'Ara Dönemde Nakit Çekme İmkani', and 'Vade Sonunda Altın İmkani'. A circular badge indicates 'İLK TAAP TOPLAMA GÜNÜ 26 Mart'tan itibaren'. On the right, the Ziraat Asistan chatbot is open, showing a greeting message and a search bar.

Ses ve iletişim teknolojileri alanlarında faaliyet gösteren teknoloji şirketi Sestek tarafından geliştirilen yerli chatbot teknolojisi, Ziraat Bankası web sitesinde kullanılmaya başladı. Kısa süre önce web sitesini yenileyen Ziraat Bankası, “Ziraat Asistan” adını verdiği sanal web asistanı sayesinde ziyaretçilerine gelişmiş self-servis deneyimi sunuyor. Sadece tanımlanmış ifadeleri algılayabilen geleneksel chat uygulamalarının aksine doğal dil işleme teknolojisine sahip Sestek Chatbot’u kullanan Ziraat Asistan, ziyaretçilere karşılığında adeta bir insan varmışçasına doğal ifadeler kullanarak yazışma şansı sunuyor. “Kredi çekmek istiyorum”, “En yakın hizmet noktanız nerede”, “Döviz kurları hakkında bilgi alabilir miyim” gibi bankacılık işlemleri hakkında birçok soruyu kolaylıkla cevaplayabilen Ziraat Asistan, kullanıcıların ne demek istediğini daha iyi anlamak için ek sorular yöneltebiliyor. Bu sayede ziyaretçiler, ihtiyaç duydukları bilgiye web sitesi menüleri arasında gezinmeden veya müşteri temsilcisini aramadan Ziraat Asistan ile yazışarak kolayca ulaşabiliyor.

Doğal dil işleme teknolojisi avantaj sağlıyor

Ses teknolojileri alanında küresel devlerle yarışan, yerli teknoloji çözümleri ürettiklerini belirten Sestek Genel Müdürü Serdar Karadayı, “Chatbot, son günlerin yükselen teknolojileri arasında. Birçok kurum, müşterilerine etkili self servis çözümler sunma hedefiyle bu teknolojiye yararlanıyor. Sestek Chatbot, içerdiği doğal dil işleme teknolojisi sayesinde mevcutta kullanılan soru-cevap mantığına dayalı basit uygulamalardan ayrışıyor. Kulla-



nıcıların doğal ifadelerle etkileşim kurdukları bu teknoloji, kurumların self servis kanallarını güçlendirmesine katkıda bulunuyor” diyor.

Rekabetçi piyasa koşullarında alternatif iletişim kanalları üretmenin önemine değinen Ziraat Bankası Dijital Bankacılık Bölüm Başkanı Bayram Tuzcu ise Ziraat Asistan hakkında şu bilgileri paylaşıyor:

“Ziraat Bankası olarak müşterilerimizin diledikleri kanaldan bankamıza ulaşarak kaliteli hizmet almasına büyük önem veriyoruz. Bu amaçla başta dijital kanallar olmak üzere hizmet verdiğimiz tüm kanallarda en son teknolojileri kullanıyoruz. Bu kapsamda yeni kurumsal web sitemizde uygulamaya aldığımız Ziraat Asistan ile kullanıcı deneyimini ön planda tutarak, site işlevlerine, bankamız ürün ve hizmetlerine hızlı erişimin yanı sıra ürün başvurusu, hesaplama araçları gibi birçok fonksiyonu da interaktif bir şekilde sunuyoruz.”

Ziraat Asistan uygulamasını www.ziraatbank.com.tr adresinden test etmek mümkün. ☺

CARDTEK'TEN GÜVENLİ VE KESİNTİSİZ SANAL POS

Güvenli ve Kesintisiz

Kolay ve Hızlı Entegrasyon

Kullanıcı Dostu Ekranlar
ve
Mobil Uygulama

Yenilikçi Özellikler

Banka ve
Üye İşyerleri için
Anlık Monitoring

Ölçeklenebilir
ve
Esnek İş Modeli

CARDTEK
sanal
POS

Güvenli ve Kesintisiz

- Fraud Özelliği, PCI DSS, 3D Secure, Yedekli Sistem ve Bağlantı Altyapısı

Kullanıcı Dostu Ekranlar ve Mobil Uygulama

- Dashboard Raporlama
- Özelleştirilebilir Ödeme Sayfası
- Üye İşyerleri için Mobil Uygulama

Banka ve Üye İşyerleri için Anlık Monitoring

- Periyodik Sentetik İşlemler ile Sistem Bağlantı Kontrolü
- 7/24 İzleme ve Uyarı Sistemi (SMS, E-posta)

Kolay ve Hızlı Entegrasyon

- Web'den, Her Dilde Hazır API ve Kod Desteği ile Hızlı Entegrasyon

Yenilikçi Özellikler

- Her Senaryo için Fraud Kuralı Tanımlayabilme
- Kart Saklama, BIN Sorgulama
- Farklı Dil ve Farklı Para Birimi Desteği
- Farklı Seviyeler için Dinamik Yetkilendirme
- İleri Tarihli Düzenli Tahsilatların Tarih/Saat Bazında Dinamik Yönetilmesi

Ölçeklenebilir ve Esnek İş Modeli

- Lisanslama veya Dış Hizmet Modeli
- Modüler Yapı
- İşlem Bazlı Kademeli Fiyatlandırma ile Tasarruf

www.cardtek.com

SILICON VALLEY • CHICAGO • TORONTO • DUBAI • ISTANBUL • IZMIR

 CARDTEK

“Nakitsiz ödemeler toplumu” hedefine hızla yaklaşıyoruz

Her 10 kişiden 7’si ödeme aracı olarak kredi kartı kullanmayı tercih ediyor. Banka kartını para çekmektense ödeme aracı olarak kullananların sayısı da artıyor. Gelecekte ödemelerini cep telefonuyla yapmak isteyenlerin oranı bu yıl yüzde 67’ye yükseldi. Temassız ödeme teknolojisini kullananların oranı son 2 yılda yaklaşık 3 katına çıktı...



Bankalararası Kart Merkezi’nin ülkemizdeki kart kullanım alışkanlıklarını ölçmek için bu yıl 8’incisini hazırladığı Kart Monitör araştırmasında dikkat çeken verilere ulaşıldı. Türkiye’nin Ödeme Yöntemi Troy’un katkılarını Ipsos tarafından yapılan araştırmaya göre, kart kullanım bilincimizin hızla arttığı görülüyor.

10 kişiden 7’sinin ödeme tercihi kredi kartı

Kredi kartı, Türkiye’de ödeme anlayışının dijital dönüşümünde en etkili ödeme yöntemlerinin başında geliyor. 2015 yılında yapılan araştırmada “Alışveriş yaparken en çok tercih ettiğiniz ödeme yöntemi nedir” sorusuna yüzde 61 oranla kredi kartı yanıtı verilmişti. 2017 yılında bu ora-

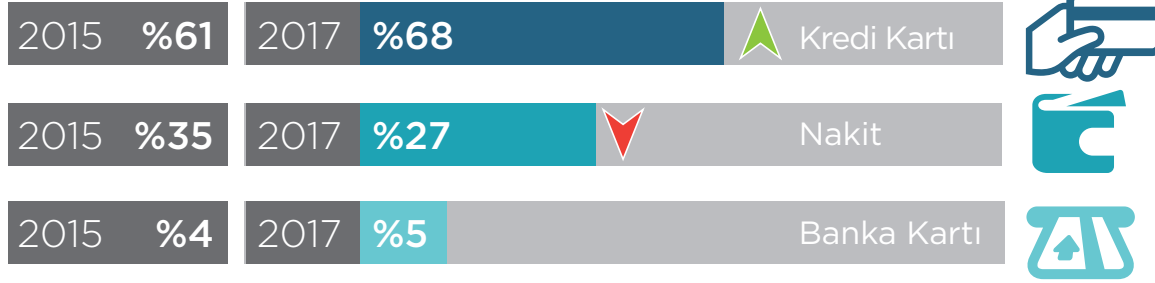
nın yüzde 68’e yükseldiği göze çarpıyor.

Kredi kartı tercihindeki bu yükseliş, nakit para kullanımının azalışıyla da paralellik gösteriyor. 2015’te alışveriş yaparken en çok tercih edilen ödeme yöntemi olarak nakiti görenlerin oranı yüzde 35 iken, 2017’de bu oran yüzde 27’ye düşmüş durumda.

Kredi kartı almayı düşünenlerin sayısı artıyor

Türkiye’de bir banka hesabı ya da kredi kartı bulunmayan 20 milyonu aşkın tüketici bulunuyor. Kredi kartı almayı düşünen tüketicilerin sayısında 2015’e kıyasla ciddi bir artış var. 2015’te hiç kartı olmayan ve kart almayı düşünenlerin oranı yüzde 11 iken, 2017’de bu oran yüzde 37’ye yükselmiş bulunuyor.

Alışveriş yaparken en çok tercih edilen ödeme yöntemi



▲ 2015 yılına göre anlamlı olarak yüksek/düşük

Banka kartları maaş kartından ödeme aracına döndü

ATM kartı ya da maaş kartı olarak tanıdığımız banka kartları bu yerleşik algılarını yitiriyor, birer ödeme aracı olarak daha fazla tercih ediliyor. Araştırmada bir banka kartına sahip olduğunu ve onu kullandığını söyleyenlerin oranı yüzde 58 olarak ölçülürken, bu kesimin yüzde 19'u banka kartını alışveriş amaçlı olarak kullandığını belirtiyor. Banka kartını alışverişlerinde kullanmayanların gerekçelerinde ise kredi kartının taksit ve puan gibi avantajları göze çarpıyor. "Kredi kartıyla taksit kullanarak ödeme yapmayı tercih ediyorum" diyenlerin oranı 2015'te yüzde 6 iken, 2017'de bu oran yüzde 26'ya yükselmiş bulunuyor.

Müşteri memnuniyetinin yolu kart kabulünden geçiyor

Kart kabul eden işyerlerine sorulduğunda, kredi kartı ya da banka kartıyla satış yapmalarındaki en önemli gerekçenin müşteri memnuniyeti sağlamak olduğu görülüyor. Kart kabul eden işyerlerinin yüzde 44'ü müşteri memnuniyetini en önemli gerekçe olarak gösterirken, yüzde 14'ü kredi ve banka kartlarının pratik ve hızlı bir ödeme yöntemi olmasını ön plana çıkarıyor. Kart kabul etmeyen işyerleri ise kart kabul etmeleri durumunda görecekleri en önemli faydanın müşteri sayılarının artması olduğu görüşündeler.



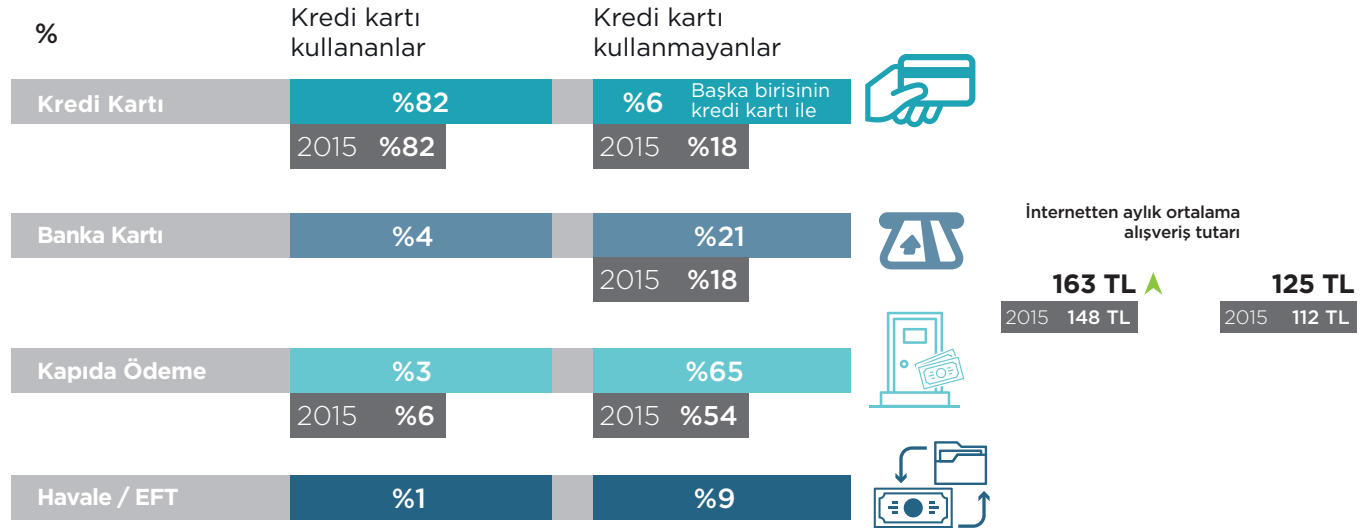
Temassız ödeme hızında sınırları aşıyoruz

Öte yandan, mikro ödemelerde kredi kartı şifresi girme gerekliliğini ortadan kaldıran, kartı elden çıkmadan, saniyeler içerisinde ödeme yapmamızı sağlayan "temassız ödeme" teknolojisinin kullanımı da giderek artıyor. Son 2 yılda temassız kullanan kart sahiplerinin oranı yaklaşık 3 katına çıkarken temassız ödemeden memnun kalanların oranının da yüzde 64'ten 77'ye yükseldiği gözleniyor.

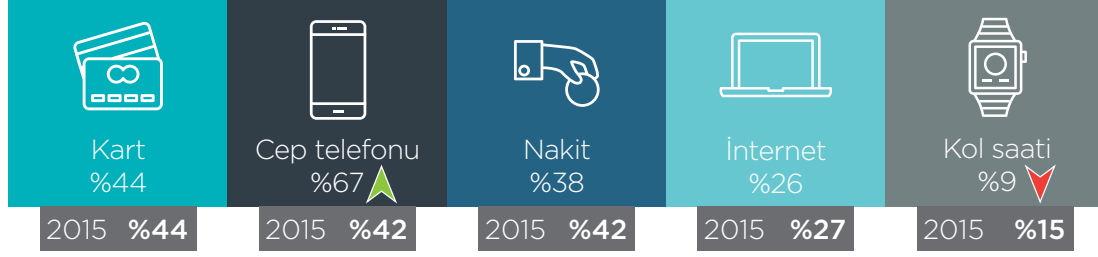
Geleceğin ödemesi "mobil ödeme"

POS cihazları, e-ticaret siteleri ve cep telefonu uygulaması gibi ödeme yöntemi olarak kartları kullandığımız alanla

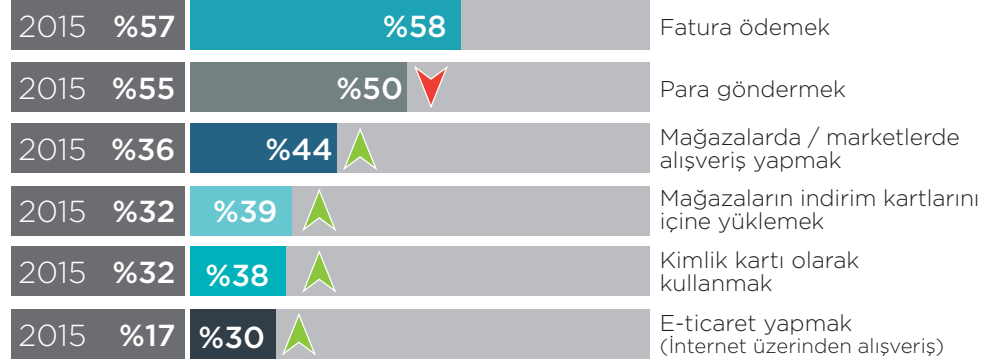
İnternette alışveriş yaparken en çok tercih edilen ödeme yöntemleri



Gelecekte ödemelerin yapılmak istendiği araç



Cep telefonu ile yapılmak istenenler



rın sayısı, gelişen teknoloji ve değişen müşteri talepleriyle her geçen gün artıyor. Araştırma sonuçlarında ise bir ödeme aracı, hepsinin önünde yer alıyor: Mobil... 2015'te "Gelecekte ödemenizi hangi araçla yapmak istersiniz" sorusuna "Cep telefonu" yanıtı verenlerin oranı yüzde 42 iken, 2017'de bu oranın yüzde 67'ye yükseldiği görülüyor.

İnternette en çok giyim ve aksesuar alışverişi yapıyoruz

Kart Monitör araştırmasına göre kredi kartı kullanıcıları

▲ ▼ 2015 yılına göre anlamlı olarak yüksek/düşük

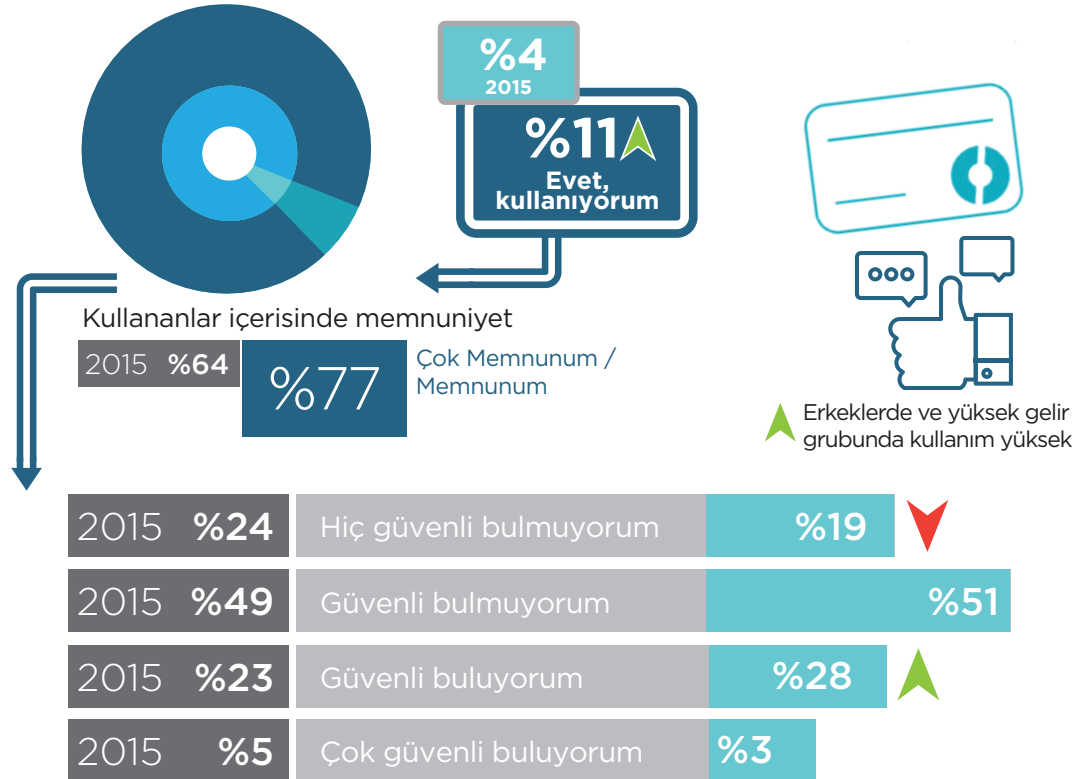
arasında internette alışveriş yapma sıklığı ayda ortalama 2.1'e ulaşmış durumda. 2015'te bu sayının 1.5 olduğu düşünüldüğünde, internette alışveriş yapma alışkanlığının ne kadar büyük bir hızla arttığı ortaya çıkıyor.

Kredi kartı sahiplerinin yüzde 32'si internette giyim ve aksesuar ürünlerini satın aldıklarını söylerken, bu kategorileri yüzde 14'le yemek siparişi, yüzde 10'la market, elektronik ve gıda, yüzde 8'le havayolu/seyahat harcamaları takip ediyor.

Kredi kartını toplu taşımada kullanmak ister misiniz?

%42

Evet



“TÜRKİYE, ÖDEME TEKNOLOJİLERİNİN DİJİTAL ÇAĞINA YÖN VERECEK”

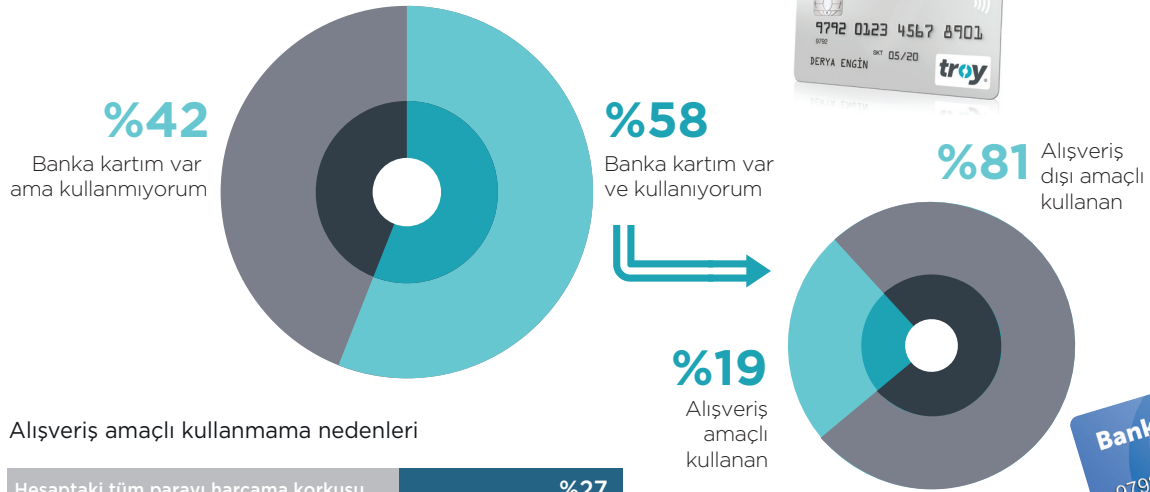
Dr. Soner Canko
BKM Genel Müdürü

Ödeme teknolojileri, tüm dünyayı etkisi altına alan dijital dönüşüm çağına en hızlı uyum sağlayan sektörlerin başında geliyor. 2008’den bu yana yayınladığımız Kart Monitör araştırması ilk günden bugüne incelendiğinde çok çarpıcı bir gerçeği ortaya koyuyor: Ülkemizde her yıl ödemelerde nakit kullanım oranı düşerken başta kredi kartı olmak üzere yenilikçi ödeme yöntemlerinin kullanım oranı hızla artıyor.

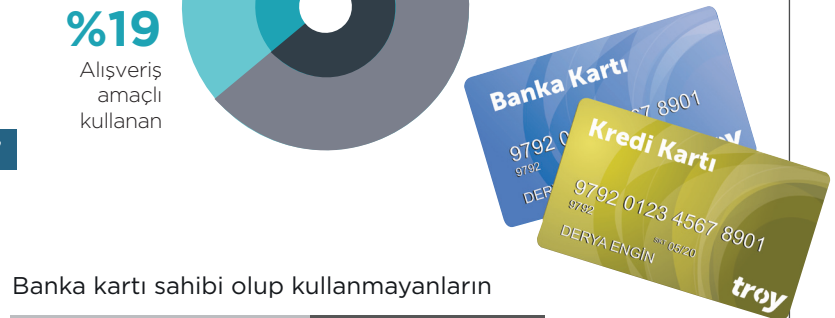
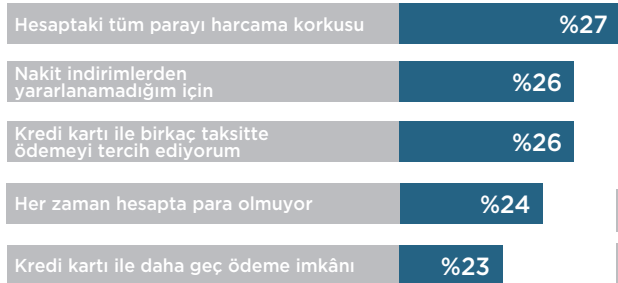
Bu sonuçlar bize gösteriyor ki; ödemelerin dijital dönüşümü ve bunun nihai sonucu olan “nakitsiz ödemeler toplumu” birçok ülke için henüz hayalken, ülkemiz için artık sağlam bir ekosistemin desteklediği, ulaşılabilir ve somut bir hedef haline gelmiş durumda. Araştırmanın da ortaya koyduğu üzere, Türkiye’nin bu gelişmelerle yön verdiği ödeme sistemlerinin dijital dönüşüm süreci 2018’de de devam edecek ve Türkiye ödeme teknolojilerinde dünyaya ilham vermeyi sürdürecektir.



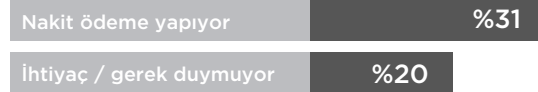
Banka kartı kullanım oranları (%)



Alışveriş amaçlı kullanmama nedenleri



Banka kartı sahibi olup kullanmayanların



Kartlı ödemeler ekosisteminin kalbi Troy'da atıyor



BERRAK EDİN YILMAZ
Troy Ürün Yönetimi Direktörü

Türkiye'de kart çıkaran finansal kurumların kart tedarik ettiği firmaların tamamı Troy kart ürünlerini sahada hazır bulunduruyor. 2.4 milyon adet POS terminalinde kabul edilen Troy logolu kartlarla yaklaşık 50 bin adet ATM ağında işlem yapılabilir...

Türkiye'nin Ödeme Yöntemi Troy, kullanıcı lansmanının yapıldığı 11 Mayıs 2017 tarihinden itibaren henüz 1 yıl bile geçmemiş olmasına rağmen bugün 2.1 milyondan fazla kart kullanıcısının cüzdanına girdi.

Bu tarihten tam 1 yıl önce, Nisan 2016'da ise Türkiye'de, Edirne'den Kars'a, Sinop'tan Adana'ya kadar tüm kart kabul noktalarında kart kullanıcılarına hizmet etmeye hazır hale geldiğini açıkladı. 2016 sonunda yalnızca 22 bin adet olan Troy logolu kartlarla tüm kart kabul noktalarında ödeme ve para çekme işlemleri, tüm e-ticaret sitelerinde ise alışveriş işlemleri yapılabiliyordu.

Çok kısa sürede yüzde 100 başarı

Troy'un bu başarısını ancak dünyadaki diğer yerel kartlı ödeme yöntemleriyle karşılaştırdığımızda anlayabiliriz. 5 yıldır faaliyet gösteren ve halen kendi ülkesinde yüzde 100 kart kabul düzeyine erişememiş yerli ödeme yöntemleri mevcut. Elbette her ülkenin dinamiğinin birbirinden oldukça farklı olduğunu düşünürsek, bunun çok da şaşırtıcı olmadığını varsayabiliriz. Ancak tüm bu farklı değişkenlere rağmen bu kadar kısa sürede, alışkanlıklarına bağlılık sergileyen Türkiye gibi bir ülkede Troy'un yüzde 100'e erişen kart kabul düzeyine ulaşması, azımsanmayacak ölçüde bir başarı elde ettiğini gösteriyor.

Bugünü değerlendirdiğimizde ise Troy'un kartlı ödeme sistemleri sektöründeki irili ufaklı tüm oyuncuların desteğiyle büyüdüğünü görebiliyoruz. Troy, "kartlarımızın sağ alt köşesindeki yerli marka" olmaktan ibaret değil. Bu, buzdağının sadece görünen yüzü.

Troy markasının arkasında büyük bir ekosistem var.

Ekosistemdeki oyuncuları ve yapılan işin büyüklüğünü anlatmadan önce isterseniz kartlı sistemin asli görevini bir örnek üzerinden açıklamaya çalışalım...



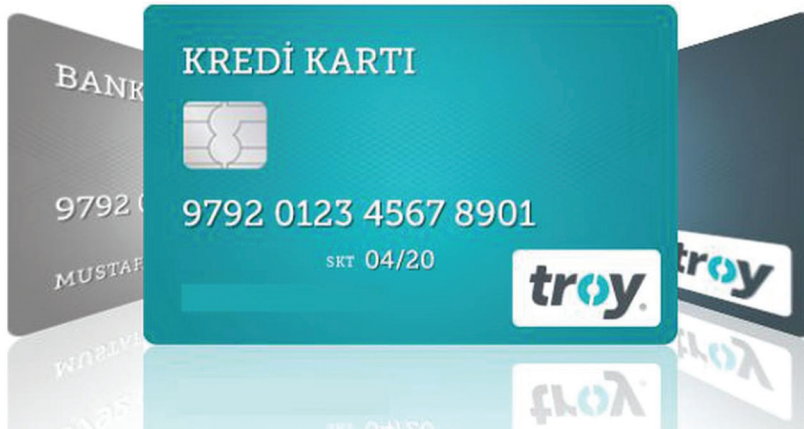
Troy, ekosistemin üretim bandına liderlik ediyor

Nasıl ki Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde geçerli bir anayasa ve bu anayasanın altında bireylerin birbirleriyle kuracağı hukuki ilişkileri tanımlayan kanunlar, kurallar, yönetmelikler varsa kartlı sistemin de nasıl çalışacağını benzer kurallar yönetiyor. Bir kartlı sistem işleticisinin temel görevi, ödeme sisteminin çalışmasında görevli olan tüm paydaşların bir kartlı işlemi başarılı ve güvenli bir şekilde tamamlamalarını sağlamaktır. Bir başka deyişle bu sistem, sektördeki finansal kuruluşların, kart üreticilerinin ve terminal sağlayıcılarının bir bütün halinde nasıl çalışacağını tarif eden dokümanları yani hem operasyonel kuralları hem de teknik spesifikasyonları belirler ve ilgili tüm paydaşların bu kurallar çerçevesinde çalışmasını sağlar. Troy da işte tam bu noktada devreye giriyor.

Troy'un arkasında tüm kartlı ödemeler ekosisteminin bilgi birikimi ve emeği var

Uçtan uca bir işlem gerçekleşirken, bu sürecin herhangi bir aşamasında görev alan bütün aktörler bu ekosistemin bir parçasıdır: Kart çıkaran finansal kuruluş, kart kabul eden finansal kuruluş, kart üreticisi, o kartın işlem yaparken geçtiği terminal ve arka tarafta, mutfakta yer alan test laboratuvarları, bu laboratuvarlara test için ürün gönderen finansal kuruluşlar ve bu kuruluşların çalıştığı yazılım firmaları...

Bu ekosistemde yer alan tüm paydaşlar, büyük bir üretim bandındaki iş süreçlerine





TÜRKİYE'NİN ÖDEME YÖNTEMİ TROY

**Kartınız hangisi olursa olsun,
sağ alt köşesinde TROY olsun.**

emek verip üzerlerine düşeni sonuçlandırmak durumunda. İşte Troy, bu üretim bandına liderlik ediyor. Bugün Türkiye’de kart çıkaran finansal kurumların kart tedarik ettiği firmaların tamamı Troy kart ürünlerini sahada hazır bulunduruyor. Ekosistemin bu bacağına 8 adet Troy onaylı kart ürünü kullanıcıyla buluşturuluyor. Yine aynı şekilde, bugün Türkiye’de 2.4 milyon adet POS terminalinde kabul edilen Troy kartlar, 20’den fazla terminal modeli tarafından destekleniyor. 3 farklı firmanın farklı modellerinden oluşan yaklaşık 50 bin adet ATM ağında da Troy logolu kartlarla işlem yapılabilir. Öte yandan, Troy logolu kartlarla tüm e-ticaret sitelerinde, Troy tarafından geliştirilmiş ve çift katmanlı kullanıcı doğrulamayla işlem güvenliğini sağlayan “GO - Güvenli Öde” altyapısı aracılığıyla işlem yapılıyor. Bu oyuncuların yanı sıra finansal kuruluşların çözüm ortağı olarak görev yapan sektördeki irili ufaklı yazılım firmaları, farklı Troy ürünlerini müşterilerine sunuyor. Ekosistemde görev alan tüm oyuncuların gerçekleştirdiği test ve sertifikasyonlar ise Troy tarafından akredite edilen test laboratuvarında onaylanıyor.

Troy, iletişim faaliyetlerinde de geniş bir ekosistem oluşturuyor

Sadece iş ortaklarımızla değil pazarlama ve iletişim alanındaki paydaşlarımızla da bir Troy ekosistemi yaratmak istiyoruz. Troy olarak pazarlama ve iletişim faaliyetlerimizi yürütürken sahiplendiğimiz iki temel kavram var: Bu ülkeye aitlik ve dijitalleşme. Bu doğrultuda da iletişim faaliyetlerimizin tamamında hem ülkemize ait değerlere hem de dijital dünyaya odaklanıyoruz. Yemek, müzik, kültür-sanat, seyahat-keşif, sinema, gençlik, hikaye, toplumsal dönüşüm gibi çok farklı alanda ülkemizden değerlere önem veriyor, bu değerlerin dijital kanallarla çok daha geniş kitlelere ulaşması için çaba gösteriyoruz. Amacımız sadece Troy olarak bizim büyümemiz değil, hepimize ait ortak



değerlerimize hizmet ederek Türkiye’nin de büyümesine, gelişmesine katkıda bulunmak.

Bugün Troy için attığımız adımlar, büyük resimde bu dönüşümü destekliyor, geleceğe doğru en önemli parçaları oluşturuyor.

“Hızlı gitmek istiyorsan, yalnız git. Ama eğer uzağa gitmek istiyorsan, işte o zaman insanlarla birlikte ol” diyen Afrika sözünü kendisine motto edinen Troy yoluna bu stratejiyi temel alarak çıktı; bizim ödeme yöntemimiz Troy önündeki bu büyük ekosistemle büyüyecek. ☺





Bankalarımız teknolojik ama dijital cüzddandan uzak duruyor

34 BANKADAN 6'SININ MOBİL CÜZDANI VAR

ESİN GEDİK

Türkiye Bankalar Birliği tarafından yayınlanan Haziran 2017 verilerine göre, ülkemizdeki dijital bankacılık müşteri sayısı yaklaşık 31 milyon. Önceki yılın aynı ayıyla kıyaslırsak yüzde 60'ın üzerinde bir büyüme söz konusu. Dijital bankacılık hizmetlerine erişim için en çok kullanılan cihazlar mobil telefonlar...

Visa'nın yaptırdığı "2017 Dijital Ödemeler" araştırması da bankacılık işlemleri ve günlük ödemelerde mobil cihaz kullanımının hem Avrupa'da hem de Türkiye'de daha önce hiç olmadığı kadar arttığını ortaya koyuyor. Araştırmaya göre, Türk mobil kullanıcılarının yüzde 90'ı bankacılık işlemi yapmak, parasını yönetmek, fatura ve günlük ödemelerini yapmak için mobil cihaz kullanıyor. Türkiye, bu oranla yüzde 77 olan Avrupa ortalamasının üzerinde yer alıyor.

Trend böyle olunca da finans kurumları dijital dünyadaki ürün ve hizmetlerini çeşitlendiriyor. Mobil internet şubelerinin ötesine geçilerek, mobil ödemeyi sağlayan cüzddanlar, giyilebilir ödeme araçları, sosyal medya üzerinden para transferi gibi yeniliklere her geçen gün bir yenisi ekleniyor. PSM olarak biz de bu dosyamızda Türkiye'de bankalar tarafından müşterilerinin hizmetine sunulan "mobil cüzddanlar" inceleyeceğiz.

Aslında Türk bankaları, teknoloji kullanımı açısından pek çok ülkeyi geride bırakmış durumda. Ancak konu dijital cüzddan olunca pek de istekli davranmadıkları görülüyor. Türkiye'de faaliyet gösteren 34 mevduat bankasının hemen hepsinin mobil şubeleri, kredi kartlarının mobil uygulamaları olmasına rağmen sadece 6 tanesinin mobil cüzddanı var. Bunlar da İş Bankası, Garanti, DenizBank, TEB, Yapı Kredi ve Albaraka Türk...

Aslında dünya genelinde de benzer bir durum söz konusu. Mobey Forum'un resmi sitesinde paylaşılan bir makaleye göre, Nisan 2017 sonu itibarıyla Avrupa genelinde 49 dijital cüzddan kullanıcılarla buluşuyor. Ancak bu 49 uygu-

lamadan 26'sı doğrudan bankalar tarafından sunuluyor. 14'ü, BKM Express gibi bankalar arası konsorsiyumlar tarafından hayata geçirilmiş durumda. Diğerleri ise banka dışı kurumların çözümleri...

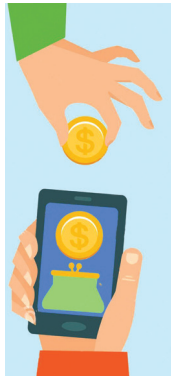
Dijital cüzddan nedir, ne işe yarar?

Dijital cüzddanı, paranın saklanması ve harcanmasına imkan veren, kullanıcının elektronik cihazlarında bulunan bir yazılım olarak özetlemek mümkün. Kredi kartlarının, banka kartlarının veya ön ödemeli kartların tek bir yere tanımlanabileceği bu uygulama, kullanıcı ve banka arasındaki iletişimi sağlıyor. Bu cüzddanların özellikleri, kullanım alanları da bankaların ya da sağlayıcı şirketin sunduğu seçeneklerden oluşuyor. Dijital cüzddanlar, e-cüzddan ve m-cüzddan olarak ikiye ayırmak mümkün. Bazı uygulamalar iki platformda da hizmet verirken bazıları ürün stratejilerini sadece online ya da mobil olarak kurguluyor.

Cüzddanlar, sadece bireylerin değil şirketlerin de müşteri deneyimini zenginleştirip kişiselleştirerek, memnuniyet seviyesini ve müşteri sadakatini artırmalarını sağlıyor. Pozitron tarafından yapılan bir araştırmada farklı türlerdeki mobil cüzddanlar şöyle sıralanıyor:

- İşyeri sanal kartlarının tanımlandığı, işyerine özel m-cüzddanlar
- İçerisine kullanıcı kartı tanımlanabilen, NFC sistemli, her işyerinde kullanılabilen m-cüzddanlar
- İçerisine banka/kredi kartı tanımlanabilen ve anlaşmalı birçok işyerinde kullanılabilen m-cüzddanlar
- Bankalar ya da telekomünikasyon firmalarının sunduğu m-cüzddanlar
- Cüzddan türlerinin tamamının ya da bir kısmının özelliklerini içeren m-cüzddanlar

Türkiye'de bankaların müşterilerinin hizmetine sunduğu mobil cüzddanlar, özellikleri, banka yöneticilerinin bu konudaki görüşlerini sizler için derledik...



İŞ BANKASI

Maximum Mobil'le 120 bin temassız ödeme yapıldı, 317 bin sinema bileti alındı

Mart ayında 1 yaşını dolduran İş Bankası'nın Maximum Mobil uygulaması, müşterilerine sunduğu farklı kampanyalar ve indirimlerle dikkat çekiyor. İş Bankası Bireysel Bankacılık Pazarlama Müdürü Burak Sezercan, "Yemeksepeti, Petrol Ofisi gibi şirketlerle yaptığımız kampanyaları yoğun olarak kullanan Maximum Mobil üyeleri 5.3 milyona yakın kampanyaya katıldı" diyor...

İş Bankası'nın Maximum Mobil uygulaması ne kadarlık bir sürede hazırlandı, hangi tarihte kullanılmaya başladı, biraz tarihçesi hakkında bilgi verebilir misiniz?

İş Bankası olarak satın alma deneyimini dijitalde uçtan uca yaşatacak bir ekosistem bakış açısıyla tasarladığımız mobil uygulamamız Maximum Mobil'i, 2017 yılının mart ayında, 10 aylık yoğun bir proje takvimi sonrasında kullanıma sunduk. "Maximum" markamız, 16 yıldır devam eden yolculuğunda hayati maksimumda yaşatma vaadiyle bir alışveriş kartının ötesine geçerek, kullanıcılarının günlük hayatına değer katan bir kredi kartı programı olarak farklılaşmıştı. Dijital çağda bunun bir adım ötesine geçerek Maximum Mobil'i hayata uyarladık. Uygulamanın strateji ve iş geliştirme çalışmaları Karlı Ödeme Sistemleri Bölümü ve Bireysel Bankacılık Pazarlama Bölümü, mobil uygulama geliştirmeleri bankamız işbirliği SoftTech bünyesinde SoftTech Garage ekibi tarafından gerçekleştirildi.

Maximum Mobil'i kimler kullanıyor? Müşteri profiliniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Hayata geçtiği günden bu yana 1 yıllık süreçte Maximum Mobil uygulamamız, 1.8 milyon müşterimiz tarafından yüklendi. Maximum Mobil kullanıcılarına baktığımızda; teknolojik gelişmelere açık, yenilikçi, kampanyalara ilgi duyan kredi ve banka kartı müşterileri öne çıkıyor. Uygulama üzerinden yapılan işlem sayısı hızla artıyor. Müşterilerimizin günlük ihtiyaç duyduğu bankacılık ve kredi kartı işlemlerini Maximum Mobil ekosistemi içerisinde yapmayı tercih ettiğini, yine ekosistem içerisinde sunulan sinema bileti alma, Yemeksepeti'nden sipariş verme, Petrol Ofisi'nden "Öde-Geç" uygulamasıyla akaryakıt alma gibi işlemleri de tercih ettiğini görüyoruz.

1 yıllık sürece baktığımızda, kullanıcılarımız Maximum Mobil'den 317 binden fazla sinema bileti satın aldı. Uygulamamız üzerinden 5.3 milyonu aşan kampanya katılımı sağlandı, 120 binden fazla temassız ödeme yapıldı, Petrol Ofisi'ndeki "Öde-Geç" işlemlerinin sayısı 90 bini geçti, 250 binden fazla fatura ödemesi gerçekleştirildi.

Maximum Mobil'i diğer banka cüzdanlarından ayıran özellikler neler?

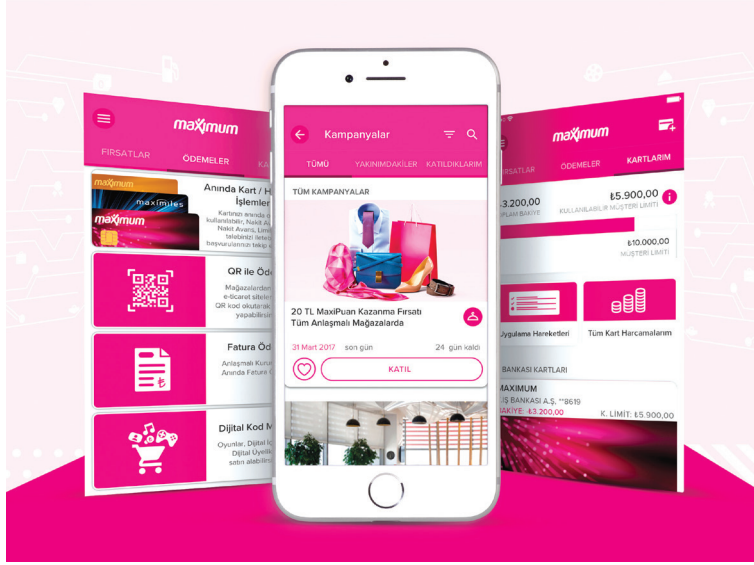
Kart yönetimi ve alışveriş işlemlerinde sunduğu çok sayıda özelliğin yanı sıra Maximum Mobil'i diğer mobil ödeme uygulamalarından farklılaştıran; diğer banka kredi kartı



Burak Sezercan

müşterilerinin de faydalanabileceği şekilde satın alma deneyimini dijitalde uçtan uca yaşatacak bir ekosistem bakış açısıyla tasarlanmış bir platform olması.

İş Bankası veya diğer banka kart sahibi Maximum Mobil kullanıcıları, uygulama üzerinden kart bilgilerini ayrıca girmeden film, salon, seans ve koltuğunu seçerek hızlı ve kolay bir biçimde Cinemaximum bileti alabiliyor; uygulama içerisindeki dijital bilet sayesinde gişeye uğramadan doğrudan salona ulaşmanın keyfini yaşıyor. Petrol Ofisi "Öde-Geç" uygulamasıyla kullanıcılar, araçlarından inmeden akaryakıt alma konforunu yaşıyor. Yemeksepeti'nden indirimli menü seçeneğini kullanabiliyorlar. Dijital kod market ile League of Legends, Facebook ve Spotify platformlarında geçerli süreli üyelik için dijital kod satın alabiliyorlar. ▶



Ayrıca tüm kartlarla QR kod ile ödeme ve Android işletim sistemine sahip cihazlarda mobil temassız ödeme de yapılabilir. Müşterilerimiz kartlarıyla ilgili tüm bilgilere ulaşip self servis olarak yönetebiliyor. Yine en çok tercih

edilen özelliklerden biri sayesinde zengin kampanyaları, sunulan fırsatları anında görüp katılabiliyor, lokasyonlarına en yakın kampanyaları görüntüleyebiliyorlar.

Mobil uygulama kapsamında işbirliği yaptığınız şirketler, kurumlar var mı?

Maximum Mobil üzerinden hâlihazırda Mars Entertainment, Petrol Ofisi, Yemeksepeti, Eğlence Fabrikası ile yürütülen işbirlikleri kapsamında sinema bileti alımı, araçtan inmeden akaryakıt alımı, yemek siparişi, dijital kod/e-pin satın alma işlemlerine, değişik sektörlerden 80'in üzerinde kurumun fatura ödeme işlemlerine aracılık ediyoruz.

Mobil cüzdana eklemeyi düşündüğünüz yeni özellikler var mı?

Müşteri deneyimi odaklı servis anlayışımız doğrultusunda kullanıcılara lokasyon bazlı kampanya teklifleri iletilmesi, harcamalarını üye işyeri, sektör, tarih gibi değişkenlere bağlı olarak kontrol edebilme yetkinliğini sunabilmek yönünde geliştirme çalışmalarımız devam ediyor. Bunların yanı sıra müşterilerin sesli komutlarla harcama ve ödeme bilgilerine ulaşabilmesine imkân veren yapay zeka teknolojili yeni yetenekler de 2018 yılı planlarımız arasında yer alıyor.

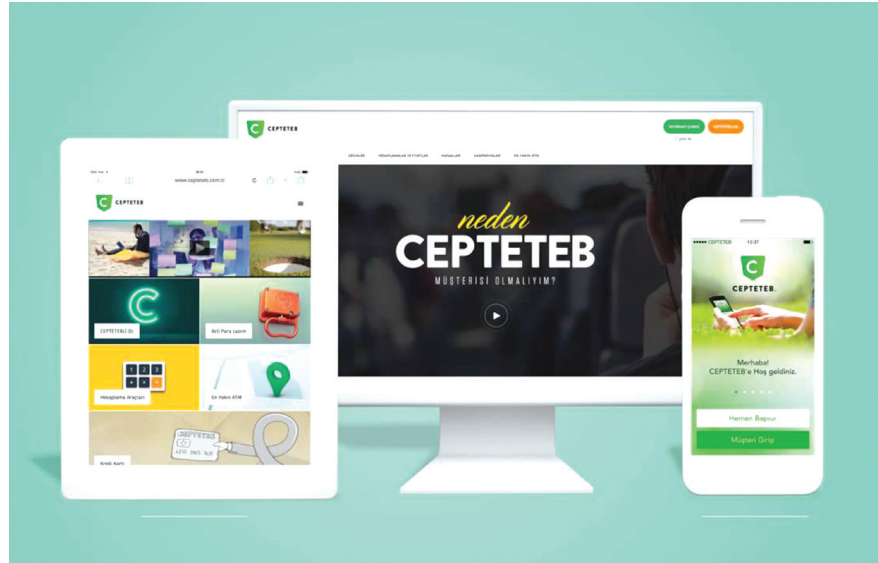
TEB

CEPTETEB, 420 bin kullanıcıyı geçti

2017 yılının ikinci çeyreği itibarıyla 420 bin kullanıcıya ulaşan CEPTETEB uygulaması sayesinde şubeye gerek kalmadan tüm süreçler dijital ortamda tamamlanabiliyor. Uygulamaya son olarak eklenen "Finans Koçu" özelliğiyle, müşterilere bütçelerini dijital ortamda kontrol ederek yönetebilme, kısa ve uzun vadeli tasarruf hedeflerini grafikler aracılığıyla görmelerini sağlayacak özellikler de eklendi.

Facebook ve Google tarafından "global başarı hikayesi" olarak yayımlanan ve SME AppsBank Awards kapsamında "En İyi Uygulama" ve "EFMA-SAP Özel Ödülü"ne layık görülen CEPTETEB dijital bankacılık uygulaması iPhone, Android ve iPad platformlarında kullanılabilir. Kullanıcılar, birçok farklı avantajın sunulduğu CEPTETEB'e www.cepteteb.com.tr veya mobil uygulama üzerinden başvuruda bulunabiliyor. Kalan işlemlerse en fazla 2 gün içinde belirtilen adrese randevuyla gelen banka görevlileri tarafından tamamlanıyor.

Kullanıcılar ayrıca CEPTETEB'in kendilerine ait hesap, kredi ve kredi kartı ürünlerini mobil uygulama üzerinden



inceleyip kullanabiliyor. Uygulamayla hesaptan para çekme, yatırma, fatura ödeme, otomatik ödeme talimatı verme gibi işlemleri yapabiliyor. Müşteriler, yanlarında kart taşımadan kredi kartının taksitlendirme ve bonus kazanma seçeneklerini de kullanabiliyor. Tüm bu özelliklerinin dışında kullanıcılar, canlı sohbetle müşteri temsilcisinden anında destek alma gibi hizmetlerden de yararlanabiliyor. Uygulamanın öne çıkan bir diğer özelliği de QR cüzdanda yer alıyor. Kullanıcılar, QR cüzdanda ile TEB ATM'lerinde kartsız para çekebiliyor, istedikleri bir cep numarasına para gönderebiliyor ve online alışverişlerinde kredi kartı bilgisi girilmeden QR kod ile ödeme yapabiliyor.

GARANTİ

BonusFlash, alışveriş ile bankacılığı buluşturdu

Teknolojiye en fazla yatırım yapan bankalar arasında yer alan Garanti, BonusFlash dijital cüzdanıyla milyonlarca müşterisine hizmet veriyor. Garanti Ödeme Sistemleri Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Seçkin Çağlın, “İlk kez bir bankacılık uygulamasının alışveriş uygulaması şeklinde dizayn edilmiş hali olan BonusFlash’ı telefonuna indiren müşteri sayımız 4.7 milyonu buldu. Her 10 müşterimizden 9’u ilk kullanımın ardından yeniden bizi tercih ediyor. Bu da ne kadar doğru bir iş yaptığımızı gösteriyor” diyor..

Garanti Bankası’nın BonusFlash cüzdanının hazırlanış süreci hakkında bilgi verebilir misiniz?

Türkiye’de ve dünyada bir ilk olan, kampanya ve kart bilgileri ile ödeme fonksiyonunu birleştiren BonusFlash hazırlanırken önce çok kapsamlı bir müşteri araştırması yaptık. 2 bini aşkın müşterimizin yanı sıra Garanti bünyesinde çağrı merkezi, şube ve satış bölümlerinde görev yapan 200 çalışanımıza gittik. Kampanyalar, kart bilgileri, ödeme konularında ihtiyaç ve beklentileri öğrenmeye çalıştık. Çalışmalara 2014 yılının nisan ayında başladık. Birebir kullanıcı araştırmaları, fokus grup çalışmaları, kullanıcı deneyimi testleri ve yüzlerce test kullanıcısının geri bildirimleriyle uygulamayı şekillendirerek 12 Kasım 2015’te hayata geçirdik. Garanti Teknoloji ekipleriyle birlikte Garanti Ödeme Sistemleri’nin ilgili tüm ekiplerinden katılımcılarla oluşturulan bir proje grubu tarafından yürütülen çalışmalarda yazılım tamamen Garanti Teknoloji ekiplerince geliştirildi; UX, UI ve fokus grup araştırmaları konularında uzman dış firmalardan destek alındı.

Müşterilerimiz, kartlarını kontrol altına alabilecek bir güvenli bir sistem arayışı içindeydi. Bugüne kadar ülkemizde kampanyalar daha çok SMS yoluyla; kart soruları çağrı merkezi, cep ve internet şubeler üzerinden; ödemelerse fiziksel, yüz yüze yapılıyordu. Mobil dünyanın gelişimiyle beraber müşterilerimiz bize, “Bunların hepsini tek bir mobil platforma koysanız ne güzel olur aslında” dedi. Müşteri talepleriyle oluşturulan 3 bileşene cevap veren uygulama, kampanyaların arasında kaybolmadan fırsatlardan yararlanmayı, kart bilgilerini paylaşmamayı ve güvenli online ödeme ihtiyacına cevap vermek için hayata geçirildi.

Altını çizmem gereken diğer bir konu da ilk kez bir bankacılık uygulamasının alışveriş uygulaması şeklinde dizayn edilmesi; kampanyalar, alışveriş ve dijital cüzdan bir arada. Aynı platformda kampanyalardan yararlanarak alışverişinizi yapıyor, sonra da bu harcamalarınızı kontrol edebiliyorsunuz.

BonusFlash’ı şu anda aktif olarak kaç müşteriniz kullanıyor? Kullanıcı profili hakkında bilgi verebilir misiniz?

Kasım 2015’te kullanıma açılan BonusFlash, lansmanı takip eden ilk 75 günde 1 milyon kişi tarafından indirildi.

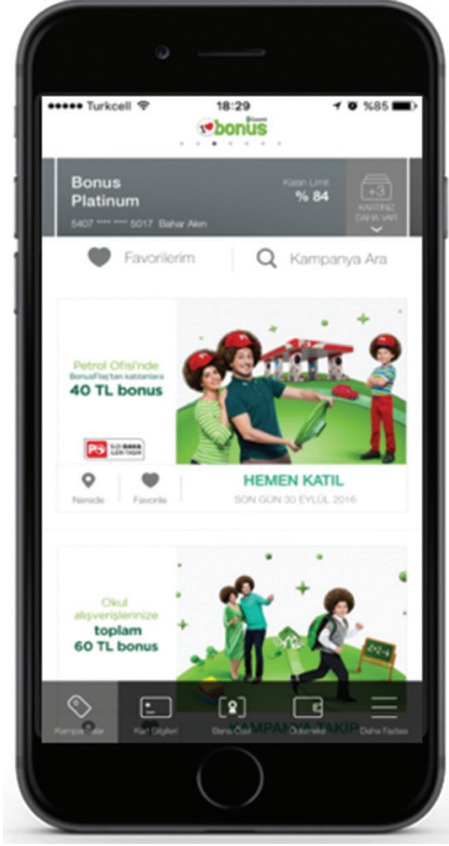


Seçkin Çağlın

Şu anda indirilme adedi 4.7 milyona ulaştı. Kullanıcı profilimiz ağırlıklı olarak lise/üniversite mezunu, 25-50 yaş arası erkeklerden oluşuyor. Uygulamayı en fazla İstanbul, Ankara, İzmir ve Bursa’daki müşterilerimiz indirmiş. Uygulamamızı indiren her 10 kullanıcıdan 9’u yeniden kullanıyor. Bu bilgi de bize ne kadar doğru bir iş yaptığımızı kanıtıyor.

Mobil cüzdanınızla müşterileriniz hangi işlemleri yapabiliyor? Sizi diğer banka cüzdanlarından ayıran özellikleriniz nedir?

BonusFlash, Garanti Bankası kart kullanıcılarının tüm ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde tasarlandı. Uygulama açıldığı anda alışveriş sırasında en çok ihtiyaç duyulan bilgi olan “kullanılabilir limit bilgisi” kolaylıkla görüntülenebiliyor. Türkiye’de kredi kartlarının en temel özelliği olan kampanyalar bizim için de önem taşıyor. Kullanıcılarımız kendilerine özel olarak sıralanmış kampanyaları kolayca görüntüleyip, tek tıkla SMS göndermeye gerek kalmadan katılabiliyor. Katıldıkları kampanyalarda ne kadar harcama yaptıklarını, kampanyadan ne kadar ödül kazandıklarını diledikleri anda hızlıca görebiliyorlar. Ayrıca kampanya bildirimleriyle hem haberdar olmak istedikleri markaların kampanyalarını başladığında hem de buldukları lokasyona özel kampanyalardan haberdar olabiliyorlar. ▶



Kart bilgileriyle ilgili bölümde ise kart limiti, tüm kart işlemleri, ekstrelere, gelecek dönem yapılacak ödemeler detaylı bir şekilde görüntülenebiliyor. Kullanıcılar, bu bölümden dilerse tek tıkla limit artışı ya da ödemelerini rahatlatmak için nakit avans talebinde bulunabiliyor, kredi kartı borçlarını ödeyebiliyor. Yine ödeme kolaylığı sağlayan işlemlerine ek taksit veya öteleme imkanından faydalanabiliyorlar.

BonusFlaş kullanıcıları tüm harcamalarını kolaylıkla takip edebiliyor, diledikleri şekilde haberdar olabiliyor. Kullanılabilir limit, ekstre tutarı, işlem tutarı, belli bir sektördeki harcamaları için tutarları belirleyebiliyor, bu tutarlara ulaşıldığında haberdar olabiliyorlar. Böylece bütçelerinin kontrolünü daha şeffaf ve kolay şekilde yapabiliyorlar. Dilerlerse yurtdışı alışverişlerinden

sonra da bildirim olarak işlemlerini takip edebiliyorlar. Ödemeler, BonusFlaş'ın kapsamlı bölümlerinden biri. Kurumlara ait fatura ödemeleri yapılabiliyor, otomatik ödeme talimatı verilebiliyor, GarantiPay ile hızlı, güvenli ve kolay bir şekilde kart bilgilerini paylaşmadan e-ticaret ödemeleri yapılabilir. MTV ödemeleri saniyeler içinde tamamlanabiliyor. BP istasyonlarında araçtan inmeden

akaryakıt alımı ve ödemesi yapılabilir.

Kullanıcılar kartlarıyla ilgili internet alışverişlerine açma/kapatma, ödeme haftası değiştirme, e-ekstre tanımlama, kart şifresi alma gibi işlemlerini de kolaylıkla yapabiliyor. Ayrıca Garanti Bankası müşterisi olsun olmasın herkes uygulama üzerinden kolaylıkla kredi kartı başvurusu yapabiliyor, kart başvurularının değerlendirme aşamasından teslimatına kadar olan tüm süreci uygulamadan kolaylıkla takip edebiliyor.

TEMASSIZ POS SAYISININ ARTMASI GEREKİYOR

Sizce mobil cüzdanlar nakitsiz ödemeler toplumuna ulaşmada nasıl bir katkı sunacak? Türkiye'de bu tür uygulamaların sayısı artıyor, kullanıcı tarafında bu artışa yeterli ilgi gösteriliyor mu?

Ödeme deneyimi Türkiye'de ve dünyada büyük bir hızla dijitalleşiyor. Dünya devleri Apple, Samsung, Amazon, WeChat, Alipay gibi firmaların bu alandaki çalışmaları sektöre yön veriyor. Her geçen gün yeni kitleler, mobil ödeme dünyasına dahil oluyor. Bu gelişmelere paralel olarak kart kullanımı konusunda oldukça ileri bir düzeyde olan ülkemizde de mobil cüzdan sayısı hızla artıyor. Sektörde ilk olan BonusFlaş'ın başarısı aslında bunun bir göstergesi. İhtiyaçlarına uygun içerikte ve kolaylıkla çözümler sunulduğunda kullanıcı hızla adapte oluyor ve süreklilik sağlanabiliyor. Bu deneyimin yaygınlaşmasında tabii ki sektör dinamikleri de önemli. Temassız POS sayısının yaygınlaşması, kullanıcıların farklı hizmetler için de mobil deneyimlerinin artması tüm mobil platformlara olumlu etki yapıyor. Bu kapsamda sayısı artan mobil cüzdanlar bu deneyimin yaygınlaşması, kullanıcının mobil ödeme dünyasına daha kolay ve hızlı adapte olmasını sağlayacaktır.

DENİZBANK

fastPay'in gündeminde "her şeyin interneti" ve yapay zeka var

Müşterisi olsun olmasın 16 yaşın üzerindeki herkesi fastPay adlı mobil cüzdan uygulamasında buluşturan DenizBank, ürün ve hizmet seçeneklerini artırmaya odaklandı. DenizBank İnovasyon Komitesi Başkanı ve Dijital Kuşak Bankacılığı Grup Müdürü Gürhan Çam, "Müşterilerimizi dinliyor ve onların isteklerine yanıt vermeye çalışıyoruz. Bu nedenle fastPay'in sunduğu fırsatlar artıyor. Gündemimizde yapay zeka uygulamaları var" diyor...

DenizBank'ın fastPay mobil cüzdanı ne kadarlık bir sürede hazırlandı, hangi tarihte kullanılmaya başladı?

fastPay ödeme platformu DenizBank'ın tamamen kendi içerisinde ve hiçbir danışmanlık almadan geliştirdiği bir ürün. Tamamı Türk mühendislerden oluşan DenizBank

iştiraki Intertech tarafından 6 ay gibi kısa bir süre kodlandı ve 2013 yılında kullanılmaya başladı. Halen DenizBank Dijital Ödeme Sistemleri Bölümü tarafından yine dışarıdan destek almadan yönetilen ürün, doğduğu günden itibaren sürekli gelişim halinde. Bu bağlamda hem ulusal hem de global anlamda ön alıcı birçok yenilik ürüne gün be gün ekleniyor.

Kullanıcı sayınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

fastPay 2013 yılında kullanıcıların hizmetine açıldı, toplam kullanıcı sayısı ise 1.5 milyon. Son 1 yılda kullanıcı sayısında yüzde 50 civarında artış kaydedildi. Ücretsiz para gönderme, online ve fiziki üye işyerlerinde alışveriş, fatura ödeme, cep telefonuna TL yükleme, dijital kod satın alma gibi birçok fonksiyonuyla kullanıcıların hayatını

kolaylaştıran fastPay, hem tüm banka müşterilerinin hem de bankalardan hizmet almayan müşterilerin kullanımına açık bir ürün. fastPay'i herhangi bir bankanın müşterisi olmaksızın 16 yaş ve üzerindeki herkes kullanabiliyor.

MÜŞTERİLERE DEĞER KATAN İŞBİRLİKLERİ ARTACAK

fastPay ile müşterileriniz hangi işlemleri yapabiliyor? Diğer banka cüzdanlarından ayıran özellikleri neler?

fastPay, çıktığı günden bu yana kullanıcıların beğenisini kazanan, uluslararası çapta finansal kuruluşların dikkatini çeken ve bunu çeşitli global ödüllerle taçlandırmış bir ödeme sistemi. Finans sektöründe çığır açan, banka müşterisi olmayanlara bile hizmet sunabilen mobil ödeme sistemi fastPay ile müşteriler anında istedikleri kişilere cepten cebe hızlı bir şekilde 7/24 ücretsiz para gönderebiliyor; restoran, kafe, market gibi birçok işyerinde mobil olarak hızlı ödeme kolaylığını yaşayabiliyor. fastPay'in müşteri deneyimi gamı ise uzaktan ödeme, HCE ile ödeme, QR ile ödeme, doğrudan POS'a fiziki ödeme, "handsfree" ödeme opsiyonlarından oluşuyor. Tüm bunları ister tüm bankaların kredi kartını ekleyerek, ister nakit paraları ATM'den yükleyerek güvenle yapabilmek mümkün. Ayrıca kullanıcılarımız, fastPay ile birçok e-ticaret sitesi alışverişlerinde kart bilgileri girmeye gerek kalmadan daha hızlı ve güvenli ödeme yapabiliyor. Buna ek olarak kullanıcılar yerlerinden kalkmadan güvenilir ve kolay bir şekilde cep, internet, TV, elektrik, doğal gaz ve su faturalarını da ödeyebiliyor.

İşbirliği yaptığınız şirketler, kurumlar var mı?

fastPay'in temel motivasyonlarından biri de kullanıcının günlük hayatında vazgeçemediği ve periyodik ihtiyaçları için sürekli kullandığı bir platform oluşturmak. Bu kapsamda ulaşım, yaygın restoran ağı olan gruplar ve marketlerle yaptığımız çok yakında kullanıcıya sunacağımız projelerimiz devam ediyor. Ek olarak, kuru temizleme ve ütölme ihtiyaçları için Dry Center'da fastPay ile ödemelerde yüzde 25 indirim, ereyon.com.tr'de fastPay ile ödemelerde anında 40 TL indirim, kolayyolculuk.com'da uçak biletinin fastPay ile alınması durumunda 40 TL indirim, Midpoint ve Welldone'larda fastPay ile yüzde 10 indirim, Big Chefs restoranlarda fastPay ile yüzde 10 indirim gibi avantajlar sunuyoruz. Yanı sıra fastPay ile site aidatı ödeyebiliyor, sinema bileti öğrenci bileti fiyatına alınabiliyor.

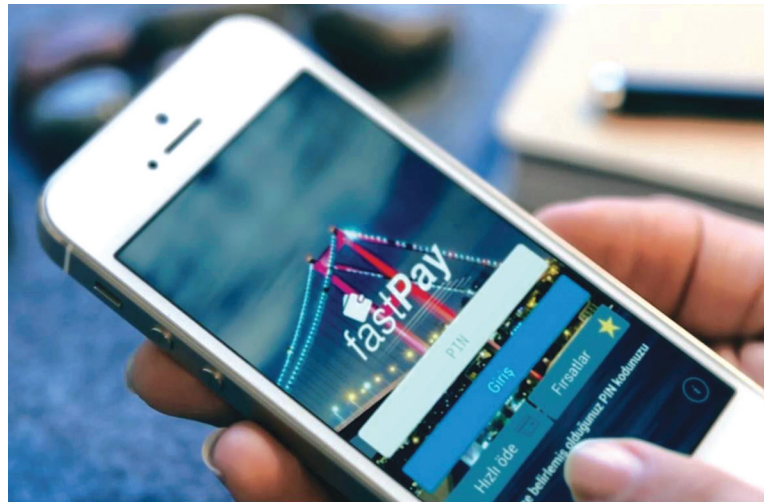
Cüzdanınıza eklemeyi düşündüğünüz yeni özellikler var mı?

Güncel teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek kullanıcıların beklenti ve ihtiyaçları doğrultusunda "nesnelerin interneti" ve onun devamında şekillenmeye başlayan "her şeyin interneti" ile yapay zekâ uygulamalarını da hayata geçirmeyi planlıyoruz.

fastPay ile sunduğumuz faydalar bizim için henüz daha başlangıç, müşterilerimize her zaman en yeni teknolojileri sunmaya devam edeceğiz. Bu noktada yakın zamanda yeni FinTech işbirliklerini müşterimizle buluşturacağız. Yine yakın zamanda tamamladığımız Türkiye'deki ilk ve



tek canlı mobil yarışması "Herkes Kazanır" bu tip ekosistem işbirliklerinin bir örneği. Kayıtlı 750 bin kişinin yarıştığı Herkes Kazanır'da yarışmacılar toplam 2 milyon TL değerinde ödül puan kazandı. Bugün bu yarışmanın da benzerlerinin çıkması ve yine bizim modelimize benzer işbirliklerinin kuruluyor olması bizi oldukça mutlu ediyor. 🎯



ALBARAKA TÜRK**Katılım bankalarının dünya çapında tek mobil cüzdanı**

Albaraka Türk Alternatif Dağıtım Kanalları Müdürü Yasemin Aydın, Mayıs 2017 tarihinde kullanıma sundukları Albaraka Türk Mobil Cüzdan'a ilginin giderek arttığını anlatıyor. Aydın, "Sadece Türkiye'de değil dünyada da mobil cüzdanı olan tek katılım bankasıyız" diyor...

Albaraka Türk'ün mobil cüzdanının hazırlanış süreci hakkında bilgi verebilir misiniz?

Albaraka Mobil Cüzdan'ın hazırlık süreci yaklaşık 9 ay sürdü. Bu proje, Alternatif Dağıtım Kanalları Müdürlüğü bünyesinde bulunan Kart Yönetimi Servisi tarafından ve ilgili BT ekipleriyle birlikte geliştirildi. Uygulama 2017 yılı mayıs ayında müşterilerimizin kullanımına sunuldu.

Şu anda aktif olarak kaç müşteriniz kullanıyor? Kullanıcı profili hakkında bilgi verebilir misiniz?

Albaraka Mobil Cüzdan'ın kullanılmaya başlamasının üzerinden henüz 11 ay geçti. Mobil cüzdanımızı Android işletim sistemine sahip telefonu olan ve Albaraka Türk kartı olan herkes kullanabiliyor. Özellikle büyükşehirlerde yoğun bir kullanım gözlemliyoruz. Bu şehirlerde temassız ödeme kabul eden terminallerin varlığı tercih edilmesinde önemli bir etken.

Cüzdanın özelliklerinden söz edebilir misiniz?

Albaraka Mobil Cüzdan, özetle bir kart ve ödeme uygulaması. Müşterilerimiz kredi kart bilgilerini cüzdanlarına ekleyerek, fiziki olarak kart kullanmaya gerek kalmadan temassız ödeme kabul eden üye işyerlerinden alışverişlerini yapabiliyor. İlave olarak kartlarıyla yaptıkları harcamaları, dönem içi işlemlerini, son ödeme tarihini, borç tutarlarını ve ekstrelerini izleyebiliyorlar. İlerleyen dönemde farklı fonksiyonları da mobil cüzdanımızdan sunabilmek adına çalışmalar yürütüyoruz.

APPLE'IN TÜRKİYE'YE GELMESİ SÜRECİ HIZLANDIRACAK

Katılım bankaları dünyasında cüzdanı olan tek banka olduğunuzu belirtiyorsunuz. Neden böyle bir uygulama gerek duyduunuz, diğer katılım bankalarının da bu sürece dahil olmasını bekliyor musunuz?

Dijital dünyaya baktığımızda mobil cihaz kullanımının payının hızla arttığını görüyoruz. Bu kapsamda yeni nesil ödeme çözümleri de finansal işlemlerde öne çıkıyor. Biz de bu dünyada yerimizi almak ve bu alanda



Yasemin Aydın

yeni çözümler geliştirebilmek amacıyla mobil cüzdanımızı müşterilerimize sunduk. Evet, Türkiye'de mobil cüzdana sahip olan ilk ve tek katılım bankasıyız. Dünyada da bu uygulamayı hem Visa hem de Mastercard ile aynı anda geliştiren ilk katılım bankası olduk.

Katılım bankalarının bazılarında bu anlamda çalışmaları olduğunu duyuyoruz. Mevcut durumda Android platformunu kullanabiliyoruz, Apple henüz Türkiye piyasasında yok. Dolayısıyla Apple'ın Türkiye'de olması mobil cüzdan projelerinin yaygınlaşmasını sağlayacaktır. İlave olarak farklı kuruluşların da mobil cüzdanları var. Mesela BKM bu alanda yoğun çalışmalar yapıyor. Mevcut durumda biz de BKM'nin HCE projesine entegre olmak için çalışıyoruz.

Mobil cüzdanlar nakitsiz ödemeler toplumuna ulaşma yolunda nasıl bir katkı sunacak?

"Nakitsiz toplum" hedefi herkesin kendi ölçüsünde katkı sağlaması ve işbirliği içinde gerçekleştirilebilir. Mobil cihazlar hayatımızın bir parçası haline geldi. Dolayısıyla söz konusu cihazlar üzerinden ödeme yapmanın bu yolda önemli bir adım olduğunu düşünüyoruz. Burada tek başına mobil cüzdanlar yeterli değil, bunun ödeme kabul eden terminallerdeki karşılığı da önemli. Bu noktada temassız işlem kabul eden üye işyerlerinin artması oldukça önemli bir husus. ▶



Ödeme sistemlerinde aradığınız ne varsa teknolojinin lideri Verifone'da!



30 milyon kurulu cihaz ve tüm dünyada milyarlarca mutlu müşterisiyle ödeme sistemleri lideri Verifone, geliştirdiği yeniliklerle işinizi kolaylaştırmaya ve size kazandırmaya devam ediyor.

Günlük, olağan ödeme işlemlerini işletmeniz için yeni nesil alışveriş fırsatlarına dönüştüren Verifone, yazarkasadan POS'a farklı ödeme sistemleriyle tüm zorlu süreçlerde iş ortağınız olarak yer alıyor ve çözümler üretiyor.



www.verifone.com.tr
pazarlama@verifone.com

Verifone®

YAPI KREDİ

World'ün tüm özellikleri bu cüzdana sığdırıldı

Yapı Kredi Cüzdan uygulamasıyla banka müşterileri, buldukları lokasyona göre kendilerine en yakın alışveriş noktalarını ve bu noktadaki World kampanyalarını görüntüleyebiliyor, son alışverişlerini, limit, puan durumlarını, hesap kesim tarihi gibi bilgileri öğrenebiliyor ve cep telefonundan ödeme yapabiliyor. Yapı Kredi Cüzdan, kullanıcıların alışveriş öncesi ve sonrası süreçte de hayatlarını kolaylaştırıyor. Onlara zamandan tasarruf imkanı sunan çok kullanışlı bir uygulama olarak ön plana çıkıyor.

Uygulamanın bir başka önemli özelliği ise fiziksel kredi kartına ihtiyaç olmadan Android 4.4.2 ve üzeri işletim sistemine sahip, NFC özellikli akıllı telefonlarla ödeme yapılabilmesi. Yapı Kredi müşterileri, uygulamayı açmadan, POS cihazına cep telefonlarını yaklaştırarak ödeme yapabiliyor. Yapı Kredi Cüzdan ile yapılabilen işlemlerden bazıları şöyle:

• **Kampanya takibi:** Cüzdan uygulamasıyla en yakın



üye işyerlerinde bulunan Worldcard kampanyalarını ve kampanya detaylarını takip etmek mümkün. Uygulamada yer alan alışveriş bölümü üzerinden en yakın alışveriş merkezleri de bulunabiliyor.

• **Kredi kartı bilgileri:** Kredi kartı limit durumu ve kazanılan puanları cüzdan uygulamasıyla öğrenmek mümkün. Kredi kartına ait güncel borç bilgileri, son ödeme ve hesap kesim tarihleri de uygulama üzerinden görülebiliyor.

• **Mobil ödeme:** Temassız mobil ödeme imkanı sağlayan NFC destekli cüzdan uygulamasıyla 90 TL ve altındaki ödeme işlemleri şifresiz yapılabilir. 90 TL ve üzerindeki işlemler için de NFC özelliğini kullanıp, şifre girerek yine kolayca ödeme yapmak mümkün. ☺

TÜRKİYE'NİN ULUSAL CÜZDANI: BKM EXPRESS

Türkiye'nin ilk ve en yaygın dijital cüzdanı BKM Express, 5'inci yaşını doldurdu. 5 yıl önce 5 işyeri ve 9 bankayla faaliyete geçen BKM Express, 17'si banka biri banka dışı olmak üzere 18 kurum, 24 binin üzerinde işyeri, 1.5 milyon kullanıcıya ulaştı ve son 2 yılda yüzde 100 büyüdü.

BKM Dijital Çözümler Genel Müdür Yardımcısı Serkan Yazıcıoğlu, "BKM Express, Türkiye'de dijital cüzdan kategorisinin oluşmasını sağlayarak, dijital ödemelerin liderliğini yaptı ve 5 yılda Türkiye'nin ulusal dijital cüzdanı oldu. BKM Express olarak ödeme deneyimini geliştirmeye devam edeceğiz" diyor. Şu anda birçok işlemin kolayca yapılmasına imkan veren BKM Express, önümüzdeki dönemdeki uygulama devrimi, nesnelerin interneti, temassız dijital ödemeler, yapay zeka ve kasiyersiz ödemelere odaklanacak. BKM Express kullanıcılarını bekleyen yeni işlev ve uygulamalar şöyle sıralanıyor:



• **Para İste:** Hediyeden doğum gününe, bayram harçlığından acil ihtiyaca kadar pek çok kullanım alanı için getirilen BKM Express özelliği. Kullanıcıların ihtiyaç duydukları miktarı yazıp BKM Express üzerinden tanıdıklarına göndermeleri ve "para istemeleri" sadece birkaç saniye sürüyor.

• **Adresim Express:** BKM Express'in sunduğu bu yeni özellikle kullanıcılar farklı e-ticaret ya da m-ticaret siteleri için yeniden form doldurma ve adres bilgisi

verme zahmetine artık katlanmıyor. Adres bir kereliğine BKM Express'e kaydedildiğinde BKM Express'in geçerli olduğu e-ticaret sitelerinde yeniden form doldurmadan alışveriş yapılabilir.

• **Fatura Ödeme:** BKM Express ile artık cep telefonu, doğalgaz, su, elektrik, internet, TV ve diğer aboneliklerin faturaları ödenebiliyor.

• **Dijital temassız ödeme devri başlıyor:** Türkiye'de her üç ödeme

terminalinden birinin temassız uyumlu hale geldiğini hatırlatan Serkan Yazıcıoğlu, temassız ödeme özelliğiyle BKM Express kullanıcılarının yüz yüze ödemelerde mobil cihazlarını kullanarak saniyeler içerisinde alışveriş yapabildiğini vurguluyor.

• **Kasiyersiz ödeme:** BKM Express ve Migros işbirliğiyle Migros Jet Kasa'larda mobil ödeme yeniliği başladı. Bu uygulama diğer alışveriş zincirlerinde de yaygınlaştırılacak.



“Bizim için ayrıcalıklısiniz çünkü **ihtiyacınız, önceliğimiz.**”

Mobil uygulamamız
ile her zaman yanı başınızdayız.



Optimum çözümün anahtarı: **YÖNEYLEM ARAŞTIRMASI**

Teknoher, yurtiçi ve yurtdışındaki banka, telekom ve perakende kuruluşlarına ödeme sistemleri ve bağlantılı sadakat programlarının kurulumu, geliştirilmesi için destek oluyor, çözüm ortaklığı sağlıyor. Şirketin kurucusu Hasan Erdal, bu hizmetlerde endüstri mühendisliği eğitiminin yanı sıra İkinci Dünya Savaşı sırasında İngilizlerin geliştirdiği yöneylem araştırmasıyla fark yarattığını düşünüyor...



Hasan Erdal

**BERRİN UYANIK
BEKAR**

Bilkent Üniversitesi Endüstri Mühendisliği mezunu Hasan Erdal, kariyerine Garanti Bankası'nda müfettiş olarak başladı. Daha sonra TEB, Finansbank gibi özel bankalarda ödeme sistemleri birimlerinde yöneticilik yaptı. Profesyonel kariyeri boyunca kapsamlı kurulum ve geliştirme projelerinde yer aldı, Türkiye'nin yanı sıra Hollanda, Romanya, Fransa, KKTC, Kosova gibi ülkelerde de bankacılık ve ödeme sistemleri faaliyetlerinin kurulum veya geliştirilmesinde aktif rol oynadı. Ödeme sistemleri konusundaki uzmanlığı dolayısıyla dünyanın birçok yerindeki seminerlere konuşmacı olarak davet edildi. Türkiye'deki 15 yıllık bankacılık tecrübesinin ardından

Ukrayna'da bir bankanın bağımsız yönetim kurulu üyesi olarak görev yaptı, paralelinde de Teknoher'i kurarak Türkiye'nin finansal hizmetlerdeki öncü ve inovatif bilgi birikimini civar ülkelere tecrübeleriyle birlikte aktarmaya başladı...

Teknoher Genel Müdürü Hasan Erdal ile şirketinin faaliyetlerini, yurtiçi ve yurtdışında verdiği danışmanlık hizmetlerinin ayrıntısını konuştuk...

Şirketinizi hangi ihtiyaç ve beklentiler doğrultusunda kurdunuz?

Teknoher geniş bir yelpazede danışmanlık hizmetleri veriyor. Ancak öncelikli amacımız yurtiçi ve yurtdışındaki

banka, telekom ve perakende kuruluşlarına ödeme sistemleri ve bağlantılı sadakat programlarının kurulmasına ve geliştirilmesine destek olmak. Bunu yaparken de oluşabilecek yazılım ve donanımsal ihtiyaçları çözüm ortakları vasıtasıyla karşılıyoruz. Aslında yaptığımız iş, ilgili sektörün veya firmanın bir ödeme sisteminden kârlılık ve müşteri memnuniyeti anlamında nasıl faydalar sağlayacağını ortaya koymak ve bunu gerçekleştirebilmek için muhasebesinden organizasyonel yapılanmasına, ürün gamı geliştirilmesinden IT kaynaklarına, reklam stratejisinden satış gücünün oluşturulmasına kadar her konuda tecrübelerle dayalı bilgi aktarımı yapmak.

Bir diğer çalışma alanımız da yöneylem araştırması tekniklerini kullanarak firmaların gelir gider konusundaki tomografisini çekmek ve gerçek potansiyel kârlarına ulaşmalarını sağlayıcı gelir geliştirme danışmanlığı vermek. Pazarda iki tür ihtiyaç tespit edip yola çıktık. İlki, Türkiye’de özellikle bankacılık dışı sektörlerde, yurtdışında ise bankacılık sektöründe Türkiye’nin finansal hizmetlerdeki öncü bilgi birikiminden istifade etmemiş geniş bir hedef kitle var. Bunu aktarmak istedik. İkinci ihtiyaçsa ülkemizde ödeme sistemleri hızla gelişince bağlantılı yazılım ve donanım firmaları da hızlı gelişti. Ancak bu firmalar ürünlerini yurtdışında pazarlamakta zorlanıyor. Bunun temel nedeni ise bu ürünleri kullanmayı gerektirecek iş modelinin oralarda henüz kurulmamış olması. İşte biz bunu yapıyoruz...

Bir nevi know-how ihracatı yapıyorsunuz. Bu konuda nasıl bir misyon üstleniyorsunuz?

Evet, belirttiğimiz gibi on yıllar itibarıyla Türkiye’de hep birlikte oluşturduğumuz ödeme sistemleri bilgi birikimini yurtdışı ülkelere aktarırken hizmet ihracatına kendi ölçüğümüzde destek veriyoruz. Öte yandan, danışmanlık faaliyetlerimiz esnasında Türkiye ödeme sistemleri sektöründe faaliyet gösteren yazılım, donanım ve ödeme şirketlerini yurtdışına tanıtırken, yurtdışı finansal grupları ve FinTech’leri de Türkiye pazarına tanıtan bir köprü görevi görüyoruz. Türkiye’deki bireysel müşterilerin alım gücünü yükselten, KOBİ’lerin ve perakende sektörünün de alışveriş trafiğini artırarak genel ekonomik büyümeyi besleyen bankacılık ve ödeme sistemi uygulamalarını yurtdışı pazarlara taşıma misyonunu da üstleniyoruz. Üstelik bunu yaparken geçmişte Türkiye pazarında yapılan hatalardan ders çıkarıyor ve enflasyon azdırıcı, batık kredi mağdurlarını artıran veya promosyona bağımlı kârsız sadakat uygulamalarından kaçınarak gerçek anlamda ilgili ülke halkının ekonomik menfaatine çalışıyor, yani sürdürülebilir bir yapı kurmaya odaklanıyoruz.

Peki Teknoher’i diğer danışmanlık firmalarından ayıran özellikleri neler?

Temel farkımız bizim verdiğimiz danışmanlığın tecrübeye dayalı olması. Yani uzmanlık alanımız olan konularda danışmanlık verirken bunu yıllarca yaşamış ve bizzat yapmış olmanın avantajını müşteriye yansıtıyor ve icraata ve hızlı sonuç almaya dönük özellikle uygulama kısmında tam destek verdiğimiz bir çalışma ortaya koyuyoruz. Günün kurtaran ancak uzun vadede beklenmedik sorunlara yol açabilen stratejik önerilerde bulunmuyoruz. Yine keza çok uzun iş planlarıyla ulaşılabilecek ancak zamana yenik düşebilen stratejileri önermekten kaçınıyor ve kısa vadede



sonuç getirecek önerilerde bulunuyoruz. Bu yaklaşımlar hep yaşanmışlıklara dayanıyor.

Bir diğer önemli farkımız da endüstri mühendisliği eğitiminin gelen yöneylem araştırması akademik bilgi birikimini çalışmalarımıza yansıtıyor olmamız. Yöneylem araştırması, İkinci Dünya Savaşı sırasında İngiliz hükümetinin savaş ortamı kaynaklarını verimli planlama ihtiyacından dolayı bilim adamlarına çağrıda bulunması ve onların uğraşları sonucu oluşturulmuş ve bilgisayar otomasyon gücünden faydalanan yeni bir bilim dalı olarak doğuyor. Bu bilim dalındaki sensitivite analizi, Markov zinciri, oyun teorisi, olasılıksal dinamik programlama ve lineer programlama gibi teknikleri kullanarak bilgisayar ortamında oluşturduğumuz simülasyon modellerinde Türkiye’de ve yurtdışında banka, telekom ve perakende sektörlerinin sorunları için optimum çözümleri buluyoruz. Proje bazında Londra, Zürih ve New York’taki uzmanlık alanında en az 20 yıl tecrübeli yabancı danışmanlarımız da çalışmalarımızda görev alabiliyor.

Yeni nesil ödeme yöntemlerinin bir hedefi de “nakitsiz ödemeler toplumu” yaratmak. Türkiye için 2023 hedefini ulaşılabilir buluyor musunuz?

Hedef koymak güzel ama Türkiye’de kabaca 20 milyon kişinin, dünyada ise 2 milyar kişinin banka hesabı yok. Dünyada banka hesabı olmasa dahi cep telefonu üzerinden nakitsiz ödemeye dahil olan bir kitle var. Dolayısıyla bu hedeflere ulaşmak için bu tür alternatif yöntemler yaygınlaştırılmalı.

Öte yandan nakitsiz toplumla tam ne hedefleniyor, bunun insanlara faydası neler olacak gibi sorulardan yola çıkarak yeni projeler geliştirilmeli diye düşünüyorum. Mesela evrensel temel gelir mi hedeflenecek? Şu an böyle bir hedef dünyada genel olarak sahiplenilmiş değil. Ancak böyle bir hedef olursa nakitsiz toplum hedefi manalı ve ulaşılabilir. Öbür türlü mesela “kayıt dışı ekonomiyi engelleyeceğiz” dediği zaman bu hedef biraz havada kalıyor. Çünkü Dünya Bankası verilerine göre Türkiye’de ve dünyada 1990 yılından bu yana kayıt dışı ekonomi oranları yüzde 25’lerde sabitlenmiş durumda ve gerilemiyor.

Türkiye olarak ödemelerin geleceğini şekillendirme konusunda daha aktif rol almamız gerektiğini düşünüyorum. Mevcut yenilikçi ve dinamik potansiyelimizi kullanmıyor, dünya ölçeğine taşıyamıyoruz. Ancak bunu klasik bankacılık sisteminden bekleyemeyiz. Çünkü onlar kurallara tabi. Dolayısıyla FinTech’lerin önü açılmalı ve hem devlet hem özel sektör tarafından desteklenmeli diye düşünüyorum. ☺

Neden ön ödemeli kart?



Elif Bilge Eder

Son dönemde giderek daha popüler hale gelen ön ödemeli kartlar; müşterilerine sundukları avantajlar, hızlı ve kolay edinim koşullarıyla piyasada epey rağbet görüyor.

Ön ödemeli kartlar genelde herhangi bir banka hesabına bağlı olmadan, daha az formaliteyle anında sahip olunabilen, en önemlisi de tüketicinin kolayca anlayabileceği şeffaf masraf ve ücret yapısına sahip.

Elbette bu pratikliğin tüketiciye yüklediği ekstra maliyetler yok değil. Fakat kredi kartı ya da banka kartına nazaran tüketici, karta yüklediği bakiyeyle sınırlı bir riski almış oluyor. Üstelik kart bakiyesinin online sistemlerde saklandığı durumlarda, kartın kaybı halinde para kaybı da yaşanmıyor.

Ön ödemeli kartlar, kamu yönetimleri tarafından da yaygın biçimde kullanılıyor. Devlet yardımı, emekli maaşları, çocuklara yönelik ödenekler, otoyol geçiş ücretleri, toplu taşıma, vergi iadeleri, afet yardımları gibi ödemeler bu kartlarla yapılıyor. Ancak tabii ön ödemeli kartların marifeti bununla da sınırlı değil, öğrenci kartları, seyahat kartları, transit kartlar gibi pek çok alanda ve sektörde kullanılabiliyorlar.

Kimler tercih ediyor?

Yukarıda bahsettiğim yaygın ödemelerin yanı sıra tüketicilerin kendi tercihleri doğrultusunda edindikleri ön ödemeli kartlar ise daha çok banka hesabı açmadan kart kullanabilme konforuna erişmek isteyen kitleler ile çocuklarını da kart kullanımından mahrum etmek istemeyen ailelere hitap ediyor.

İş dünyasında da bunun izdüşümünü şirket ödemelerinde görüyoruz. Şirket giderlerinde, çalışanlara kredi kartı ya da şirket hesabına bağlı banka kartı vermek yerine, anında bakiye yükleyerek kullanım sağlanabilen ön ödemeli kartlar tercih sebebi.

Tüketicinin ön ödemeli kart tercihleri nasıl belirleniyor?

Ön ödemeli kart kullanmayı seçen tüketiciler, ürün tercih ederken genel olarak aşağıdaki özelliklerden yola çıkıyor:

- Karta yaygın kanallardan yükleme yapabilme imkânı,
- Kartın kabulünün online kanallardan da dahil olmak üzere geniş kapsamlı olması,
- ATM'lerde kullanım, internette alışveriş ve fatura ödeme seçeneklerinin sunulması,
- Makul ve şeffaf ücret ve masraf tarifesi,
- Vadesiz banka hesabından karta ücretsiz para yükleme imkânı,

* Kartla ilişkili mobil uygulama ve beraberinde para gönderme özelliği,

■ Kartla ilgili bakiye, yükleme ve harcama işlemlerinin takibini sağlayan bildirim mekanizmaları,

■ Marka işbirlikleri yoluyla kart hamillerine özel ayrıcalıklar sunulması...

Başarılı ön ödemeli kart programları

Gelin şimdi de başarılı ön ödemeli kart program örneklerine kısaca bir göz atalım...



Western Union NetSpend

Western Union NetSpend ön ödemeli kart programıyla Western Union havaleleri ücretsiz olarak tüketicinin kartına yansıtılıyor.

■ Bu programda aylık ücretlendirme yok. İmza tabanlı işlemlerden 1, şifreli işlemlerdense 2 dolar komisyon alınıyor.

■ Tüketiciciye ayda 9.95 ya da 5 dolarlık avantajlı ücret paketleriyle sınırsız işlem imkanı sunuluyor.

■ Tüketici, kartına bağlı hesapta tuttuğu 5 bin dolara kadar bakiye için yüzde 5 faiz geliri elde ediyor.

■ Netspend şubelerinden ücretsiz para yükleme yapılabilir.



American Express Serve

The American Express Serve, masraflar açısından en avantajlı ön ödemeli kart olarak görülüyor.

■ Kart ücretleri satış noktasına göre sıfır ile 3.95 dolar arasında değişiyor.

“

Çalışmak hayat, düşünmek ışıktır.

VICTOR HUGO

”

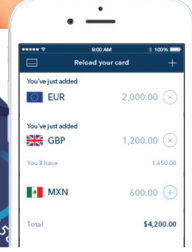


- Kartın 1 dolar aylık kullanım ücreti var. Aylık 500 dolar para yüklendiğinde tüketici bu ücreti ödemiyor.
- ABD'deki CVS eczane ve 7-Eleven mağaza zincirlerinden karta ücretsiz para yüklenebiliyor. Diğer yükleme noktalarında 3.95 dolara kadar ücret alınabiliyor.
- Bağlı ek kartlar oluşturularak ürünü aile kartı şeklinde kullanılmak ve bu kart üzerinde mevduat tutarak para biriktirmek de mümkün.
- Kartla yapılan ATM para çekme, alışveriş ya da fatura ödemelerinden ücret alınmıyor.

Travelex Money Card

Bu kart programı, seyahat etmeyi sevenler için ABD Doları'nın yanı sıra Euro, İngiliz Sterlini, Avustralya Doları, Japon Yeni, Kanada Doları ve Meksika Pezosu olmak üzere birçok farklı para birimini destekliyor.

Deniz aşırı ülkelerde ATM'den ücretsiz para çekme, temassız işlem ve banka hesabından bağımsız güvenli kullanım sunuyor. Kullanıcılarına yıllık 30 bin dolar yükleme ve azami 8 bin 500 dolar bakiye limiti sağlıyor.



**BORÇSUZ,
GÜVENLİ,
HER YERDE GEÇERLİ
ALIŞVERİŞ KARTI.**

ininal
ininal.com



İninal

Türkiye'de kullanılan İninal ön ödemeli kart programında yaygın bir dağıtım ağı üzerinden karta sahip olmak ve yüzde 2 komisyonla yükleme yapmak mümkün. İninal ayrıca, tüketiciye farklı markalarla indirim kampanyaları ve avantajlar sunuyor.

Ödemeler dünyasına girişin anahtarı

Ön ödemeli kart programlarıyla ilgili başarılı örnekleri artırabiliriz. Burada benim dikkat çeken nokta, başarılı kart programlarının esnek kullanım imkanları sunmaları ve tüketicinin dağıtım kanalı tercihlerine göre değişen ücretlendirme seçeneklerini programa dahil etmeleri.

Ön ödemeli kartlar, özellikle kredi geçmişi olmayan gençler, finansal sisteme sonradan dahil olan vatandaşlar ve yabancı ülke vatandaşları için ödemeler dünyasına girişin anahtarı. Bu yolla bankalar, finansal kuruluşlar ve ödeme kuruluşları, banka hesabı bulunmayan tüketicileri kolaylıkla finansal sisteme dahil edebiliyor. Nakitsiz toplum hedefi ve kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınabilmesi yolunda önemli bir ürün olduğunu kabul etmek lazım.

Ürünü kullanım açısından daha cazip hale getirebilmek için sadakat programlarının yaygınlaşması, cazip programlarla müşterilerin kartı almaya ve kullanmaya motive edilmesi gerekir diye düşünüyorum.

Keza Y jenerasyonu genel anlamda kredili ürünlere sıcak bakmıyor. Bu yüzden ön ödemeli kartların yaygınlaştırılması görece daha kolay olacak kanaatindeyim. Tabii ki bu ürünü mobil ödeme, temassız teknolojiler, kampanyalar ve uygun masraf tarifleriyle donatmak gerekiyor. ☹

“KART KABUL EDEMİYEN KÜÇÜK ESNAF KALMAYACAK”

“Cepte POS” uygulamasıyla POS cihazı gerektirmeden, cep telefonları üzerinden banka ve kredi kartlarıyla ödeme ve tahsilat imkânı sunan Ödeal, 2018 yılında 300 milyon TL ciro ve 50 bin üye işyeri sayısı ile 2 kat büyüme hedefliyor...

ödeal



Fevzi Güngör

KAYHAN ÖZTÜRK

Türkiye’yi cep telefonlarını mobil POS’a dönüştürme teknolojisiyle tanıştıran ve 3 yıl içinde 22 bin üyeye ulaşan Ödeal, geçen yıl bir ilke daha imza atarak yazarkasalara kolayca bağlanabilen Ödeal POS’u kullanıma sundu. Bu çözüm, anlaşmalı bankalar için tek POS üzerinden taksit imkanına ek olarak tüm bankalar için tek komisyon oranı gibi farklı avantajlar içeriyor. Böylece Ödeal, özellikle küçük işletmelere ve esnafa, cep telefonlarını mobil POS’a dönüştürmek ya da Ödeal POS ile yazarkasa bağlantılı fiziki POS sahibi olmak gibi iki alternatif sunmaya başladı. Ödeal sayesinde sadece büyük kurumlar değil küçük esnaf ve kendi hesabına çalışanlar da herhangi bir sabit maliyete, aylık kota sıkıntısına katılmak zorunda olmaksızın kredi kartı ve banka kartından tahsilat yapabiliyor. Ödeal Kurucu Ortağı Fevzi Güngör, “Türk ekonomisine, piyasalara sunduğumuz en önemli ve ilk yenilik, küçük esnafın, işletmelerin, kredi kartı kabul edememeleri nedeniyle yaşadıkları müşteri kaybetme sı-

kıntısının önüne geçmek oldu. Maliyetler, kotalar ya da komisyon oranları gibi çeşitli nedenlerle kredi kartı ya da banka kartı kabul edemeyen mikro işletme ya da küçük esnaf kalmasını istiyoruz. Bu nedenle ihtiyaca göre yeni ürün ve hizmet modelleri geliştirmeyi sürdürüyoruz” diyor.

70 farklı sektörde kullanılıyor

Ödeal, Eylül 2014’ten bu yana 6493 sayılı kanun kapsamında, BDDK lisansı ile ve 100 Türk sermayeli bir şirket olarak faaliyet gösteriyor. 2016 sonuna göre üye işyeri sayısını yüzde 70 artırdıklarını vurgulayan Güngör, Ödeal’in 2017 yılında elde ettiği sonuçları ve 2018 beklentilerini şöyle anlatıyor: “Ciromuzu yüzde 166 oranında, günlük işlem adedimizi ise bir yıl önceki yıla göre 2,3 kat artırdık. Ödeal, şu anda 70 farklı sektörde kullanılıyor. Toplam üye işyerlerimizin yüzde 71’i bireysel girişimci ve şahıs şirketlerinden, kalan yüzde 29’luk kesim ise limited şirketler, kooperatif ve derneklerden oluşuyor. Sürdürülebilir büyüme odaklı stratejimizle 2018 yılında 300 milyon TL ciro ve 50 bin üye işyeri sayısı ile 2 kat büyüme hedefliyoruz.”





Sadece en iyiler kazanır!

çok yakında



0212 255 32 92

www.psmmag.com

Müşteri deneyimini dönüştürecek 5 yeni çözüm

POS A.Ş.; E-Campaign kampanya arama motoru, Click & Collect, Servis Bus, Payment Broker ve CRM Broker çözümleriyle perakende sektörünü ve mağaza deneyimini değiştirip dönüştürmeyi hedefliyor...

**SEDA UYGUN
PALA**

Perakendecilerin karşılaştığı en büyük sorunlardan biri de fiziksel ve sanal mağazalarda yapılan alışveriş verilerini tek noktada birleştirememek.

Sektöre yazarkasa donanım ve yazılım ürünleri, proje yönetimi ve danışmanlık gibi uçtan uca çözümler sunan POS A.Ş. de bu sorundan yola çıkarak, alışveriş sıradan bir alım-satım işleminin ötesine taşınmayı, bireysel ihtiyaçlara göre anında çözüm geliştirilen başlı başına bir deneyim haline getirmeyi amaçlıyor. Şirketin bu doğrultuda geliştirdiği E-Campaign kampanya arama motoru, Click & Collect, Servis Bus, Payment Broker ve CRM Broker çözümleri, 2018 yılında perakende sektörünü ve mağaza deneyimini dönüştürmeyi hedefliyor.

POS A.Ş. Genel Müdür Yardımcısı Gülümhan Akalın, "POS A.Ş. donanım ve yazılımlarını tüketicilere çok kanallı bir perakende ve alışveriş deneyimi sunmak amacıyla geliştiriyor. Pazardaki rekabetin en önünde yer alıp kendi müşterilerine en iyi hizmeti sunmak isteyen perakendecilere, satış süreçlerini iyileştirip verilerini daha güvenli hale getirecek ve birçok kullanım senaryosunu destekleyebilecek yeni çözümler sunuyoruz. Bu sayede müşterilerini alışveriş sırasında tanıyıp onlara özel kampanya ve teklifler oluşturabiliyorlar" diyor.

E-Campaign

Bu kampanya motoruyla kasadan, tableten ya da mobil cihazlardan alışveriş yapan müşterilerin tüm kazanımlarının ortak bir platformda birleştirilmesi hedefleniyor. Söz konusu çözüm sayesinde mağaza; indirimleri, harcanılan

ya da kazanılan puanlar, elektronik kuponlar, SMS kodları, müşterinin hangi kanal aracılığı ile alışveriş yapıldığından bağımsız olarak aynı şartlar altında yönetebiliyor.

Click & Collect

Bu çözüm, tüketicinin alışveriş yaptıktan sonra seçilen ürünle-



Gülümhan Akalın

rin eve gelmesini talep etmesine ya da mağazada olmayan ürünleri satın almasına olanak veriyor. Bu sayede müşteriler internet sitesinden ya da mobilden yapmış olduğu alışverişini mağazadan teslim alabiliyor veya ödemesini mağazada yapabiliyor, mağazadan aldığı ürünlerin evine teslim edilmesini isteyebiliyor, başka mağazadan teslim almayı talep edebiliyor.

Servis Bus

Müşteriyle ilgili bilgilerin tüm mecralarda ortak olmasını sağlıyor. Cep telefonu numaranız, kartınız gibi farklı sistemlerde kullanılan bilgileriniz Servis Bus ile tek bir mecrada toplanıyor. Verilerin her mecrada her an aynı şekilde ulaşılabilir olması, müşteri deneyimi ve Kişisel Verilerin Korunması Kanunu açısından da önem taşıyor. Müşterilerin bilgilerinin tek bir yerde tutulması, müşteri verilerinin güvenliğini sağlıyor.

Payment Broker

Birden fazla sanal ödemenin aynı anda çalışmasını sağlıyor.

CRM Broker

Perakendecilerin birden fazla CRM (müşteri ilişkileri yönetimi) sistemini aynı anda destekliyor. Son zamanlarda sayısı artan CRM firmalarıyla işbirliği içinde çalışan perakendeciler, CRM Broker ile aynı anda birden fazla CRM sistemini kullanıp World programına dahil olabiliyor. ☺



GÜNDEM TOPLANTILARI

Kişisel Verilerin Korunması

KVKK: Bürokratik bir zorunluluk mu dijital çağın bir gereği mi?

17 Nisan
14.00 - 16.30
2018

**TEKNOLOJİ
İŞ SÜREÇLERİ
HUKUK
UYUM**

PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

AKILYasam
Siyaset, hukuk, ekonomi, gelecek

Finans Gündem

GME
GÜNDEM MEDYA GRUBU

Sponsorluk iletişim: gundem@gundemmedyagrubu.com

www.finansgundem.com'dan canlı yayınlanacak toplantıyı kaçırmayın

 **InterContinental İstanbul**

Ödeme ve e-para kuruluşları da kamu ödeme ve tahsilat işlemleri yapabilecek



YTT Hukuk Bürosu
Av. Çağrı Coşar - Av. Kortan Toygar

Bilindiği gibi, 6493 sayılı “Ödeme ve Menkul Kıymet Muhtabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun” kapsamında fatura ödemelerine aracılık faaliyeti, bankalar ve PTT dışında BDDK nezdinde faaliyet izni almış ödeme kuruluşları tarafından da yerine getirilebiliyor.

Fatura ödemelerini kabul eden kuruluşlar, BDDK denetim ve gözetimi altında faaliyet gösteriyor. Kanun uyarınca çıkarılan “Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para İhracı ile Ödeme Kuruluşları ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Yönetmelik”in 5’inci maddesinin 6’nci fıkrasında “Kanunun 12’nci maddesinin 1’inci fıkrasının (e) bendinde sayılan fatura ödemelerine aracılık edilmesine yönelik hizmetlerin yürütülmesinde, kuruluşun fatura üreten kurumlar ile adlarına tahsilat yapılabilmesi konusunda sözleşme yapması şarttır” ibaresi yer alıyor. Aynı şekilde 7’nci fıkrada fatura ödemelerine aracılık edilmesine yönelik hizmetlerin yürütülmesine ilişkin bir bankadan dış hizmet alan kuruluşun, banka ile fatura üreten kurumlar arasında yapılacak sözleşmeyle fatura üreten kurumlar adına tahsilat yapılabilmesi hususunda açıkça yetkilendirilmesi durumunda doğrudan sözleşme yapmasına gerek duyuluyor.

Söz konusu mevzuat hükümleri tahtında fatura ödenmesine aracılık izni olan ödeme kuruluşlarının gerek özel gerekse kamu kurumlarıyla yaptığı sözleşmeler kapsamında fatura tahsilatlarına aracılık faaliyetini BDDK denetiminde gerçekleştirmesi mümkün görülüyordu. Nitekim kanunun 13’üncü maddesinde ödeme hizmeti sağlayıcısı olarak 5411 sayılı kanun kapsamındaki bankalarla birlikte elektronik para kuruluşları ve ödeme kuruluşları da sayılıyor.

Bu kapsamda, fatura tahsilatı yapabilmek yetkisi bakımından ödeme kuruluşları da bankalar gibi yetkili kuruluşlar olarak düzenlemede yer alıyor.

Bununla birlikte kanunun gerekçesine bakıldığında, ödeme hizmetleri alanında “ban-

kalar dışındaki kuruluşların sektörde faaliyet göstermesi, rekabetin artması, hizmet kalitesinin yükselmesi, tüketiciler açısından maliyetlerin düşmesi ve bankacılık hizmetlerinden yararlanamayan kesimlerin bu hizmetlere daha kolay ulaşmasının sağlanarak finansal erişimin artırılması açılarından büyük önem arz etmektedir” denilmek suretiyle faaliyet izni almış ödeme kuruluşlarının bankacılık faaliyeti şeklinde anılan bazı faaliyetleri yerine getirebilmesinin önü açılmak isteniyor.

Bankalar ve PTT devre dışı bırakılmıyor

Geçtiğimiz dönemde, bazı kamu kurumlarına ait tahsilat işlemlerinin ödeme kuruluşları tarafından doğrudan yapılması konusunda belli sorunlar yaşanıyordu. İşte 28 Şubat 2018 tarih ve 30346 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren “Kamu Hazinesi Genel Tebliği”nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ” ile kanun kapsamında faaliyetine izin verilen ödeme kuruluşları ve elektronik para kuruluşlarının kamu idarelerinin ödeme ve tahsilat işlemlerini yerine getirebileceği hususu açıklık kazandı.

Bu kapsamda, “18 Haziran 2011 tarih ve 27968 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan ‘Genel Bütçe Kapsamındaki Kamu İdarelerinin Ödeme ve Tahsilat İşlemlerinin Elektronik Ortamda Gerçekleştirilmesine İlişkin Usul ve Esaslar’ hükümleri saklı kalmak kaydıyla kurumlar; faaliyetleri kapsamında yapacakları tahsilat ve ödeme işlemleri için yurtiçinde yerleşik diğer bankaları, Posta ve Telgraf Teşkilatı A.Ş.’yi (PTT) ve yurtiçinde yerleşik bankalar aracılığıyla olmak koşuluyla ödeme kuruluşlarını ve elektronik para kuruluşlarını da kullanabilir” ibareleri tebliğe eklendi.

Hangi tür faturalar tahsil edilebiliyor

Söz konusu değişikliğin son derece yerinde olduğu ve özellikle ödeme kuruluşları bakımından olumlu etkileri olacağı kanaatindeyiz. Bununla birlikte, tam açıklık olmayan



Ödeme kuruluşlarının vergi, resim, harç, sosyal güvenlik primi ödemeleri ve bunlara bağlı cezalar gibi ödemelerin fatura tahsilatını gerçekleştirilebilmesi tüketiciler açısından ciddi bir kolaylık sağlayacaktır. Genel olarak ödeme kuruluşlarının yapılan işlemin niteliğine göre tercih edilme oranı da gittikçe artacaktır. Ödeme kuruluşlarının faaliyet alanının genişletilmesiyle sektörel açıdan birçok yeni imkanın ve iş türlerinin önü açılacaktır...



bu gibi konuların özellikle 6493 sayılı kanunun gerekçesinde de yer verildiği üzere, rekabetin artırılması ile tüketicilere verilecek hizmet kalitesinin yükselmesi ve maliyetlerin düşmesi hedeflerini gerçekleştirmek amacıyla uygun düşüğünü belirtmek gerekir.

Ödeme kuruluşlarının hangi tür faturaları tahsil edebileceği konusuna gelince... 6493 sayılı kanun kapsamında çıkarılan yönetmeliğin ilk halinde fatura ödemesi, "Elektrik, telefon, su, doğalgaz gibi ihtiyaçların karşılanmasına yönelik sunulan hizmetlerin karşılığı olarak yapılan ödemeler; vergi, resim, harç, sosyal güvenlik primi ödemeleri ve bunlara bağlı cezalar ile kurumca uygun görülen diğer ödemeler" şeklinde tanımlanmıştır.

Ancak 26 Aralık 2015 tarih ve 29574 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren yönetmelik değişikliğiyle fatura ödemesi, "elektrik, telefon, su, doğalgaz gibi ihtiyaçların karşılanmasına yönelik sunulan hizmetlerin karşılığı olarak yapılan ödemeler ile kurulca uygun

görülen diğer ödemeler" şeklinde değiştirilmiştir.

Ödeme kuruluşlarının vergi, resim, harç, sosyal güvenlik primi ödemeleri ve bunlara bağlı cezalar gibi ödemelerin fatura tahsilatını gerçekleştirilebilmesi tüketiciler açısından ciddi bir kolaylık sağlayacaktır. Genel olarak ödeme kuruluşlarının yapılan işlemin niteliğine göre tercih edilme oranı da gittikçe artacaktır. Ödeme kuruluşlarının faaliyet alanının genişletilmesiyle sektörel açıdan birçok yeni imkanın ve iş türlerinin önü açılacaktır. Tüketici bakımından ise gündelik hayatta ciddi bir kullanım kolaylığına yol açacaktır. Bu tür faaliyet alanının regüle edilmesi ve kontrollü şekilde ilerlemesi sonucu geniş kesimler tarafından da kullanılmaya başlayacağı, yeni kapılar açacağı da düşünülüyor. Her alanda olduğu gibi tüketicinin ve sektörün ihtiyacına göre şekillenen ödeme hizmetleri kullanım oranının arttığı ve bu artışla doğru orantılı olarak yeni imkanlar sunmaya hazır olan bir alan olmaya devam edeceği gerçeği karşımızda duruyor. ☹

B K MBANKALARARASI
KART MERKEZİ

KATKILARIYLA

Kullanıcılar kartlarını internet kullanımına açtırdı

Kartların online alışverişlerde kullanılabilmesi için 31 Ocak itibarıyla getirilen onay şartı, bilinçlenen kullanıcılar sayesinde internette ödemeleri etkilemedi. Ocak 2018'de internet üzerinden günlük ortalama 1.09 milyon olan kartlı ödeme sayısı şubat ayında 1.1 milyona yükseldi...



TABLO 1

Şubat ayı sonunda Türkiye'de kullanılan kart adedi 196.6 milyon

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) 2018 yılı şubat ayı verilerini açıkladı. BKM'nin verilerine göre, şubat ayı sonunda Türkiye'de 62.9 milyon adet kredi kartı ve 133.7 milyon adet banka kartı kullanılıyor. Şubat 2017 ile kıyaslandığında kredi kartı sayısında yüzde 7'lik, banka kartı sayısında ise yüzde 12'lik artış görülüyor.

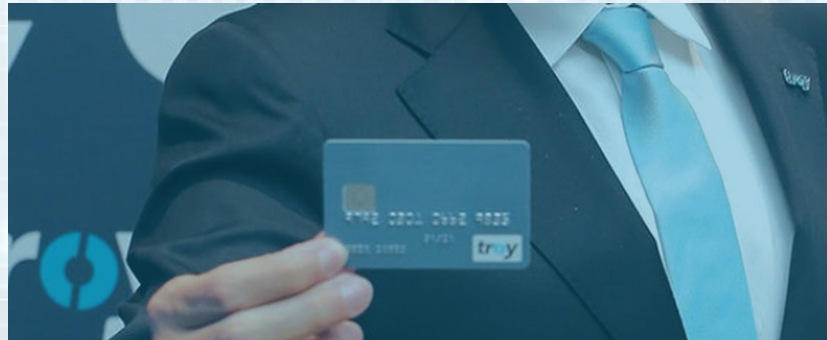
Kart sayıları (Milyon adet)

	2017 Şubat	2018 Şubat	Değişim
Banka kartı	119.4	133.7	% 12
Kredi kartı	59	62.9	% 7
Toplam	178.4	196.6	% 10

TABLO 2

Kartlı ödemeler geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 18 arttı

BKM verilerine göre, banka kartları ve kredi kartlarıyla şubat ayında toplam 55.3 milyar TL'lik ödeme yapıldı. Bu tutarın 49 milyar TL'si kredi kartlarıyla ödenirken, 6.3 milyar TL'sinde banka kartları kullanıldı. Büyüme oranları özelinde incelendiğinde ise banka kartıyla ödemelerde önceki yılın aynı dönemine göre büyüme oranı yüzde 40 olurken, kredi kartıyla ödemelerde ise bu oran yüzde 16 olarak gerçekleşti.



Kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)

	2017 Şubat	2018 Şubat	Değişim
Banka kartı	4.5	6.3	% 40
Kredi kartı	42.3	49	% 16
Toplam	46.8	55.3	% 18

EXTRE

İnternette yapılan kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)

	2017 Şubat	2018 Şubat	Değişim
İnternette kartlı ödemeler	6.2	8.5	% 37
Toplam içindeki payı	% 13.2	% 15.3	

TABLO 3

İnternette kartlı ödeme tutarının toplam içindeki payı yüzde 15'i geçti

BKM verilerine göre, şubat ayında 8.5 milyar TL tutarında internette kartlı ödeme yapıldı. Bu tutar, önceki yılın aynı dönemine kıyasla internette kartlı ödemelerin yüzde 37 arttığına işaret ediyor. Toplam kartlı ödemeler içindeki internette ödeme payı geçen yılın aynı döneminde yüzde 13.2 olarak açıklanırken, 2018 yılı şubat ayında ise yüzde 15.3 olarak gerçekleşti.



İnternette yapılan kartlı ödemeler (Milyon adet)

	Kasım 2017	Aralık 2017	Ocak 2018	Şubat 2018
Günlük ortalama ödeme adedi	1.07	1.04	1.09	1.1

TABLO 4

Bilinçlenen kart kullanıcılarıyla beraber dijital dönüşüm hızla devam ediyor

Kartların 31 Ocak 2018 itibarıyla internette alışverişlerde kullanılabilmesi için kart hamilerine getirilen onay şartı online ödemeleri etkilemedi. Şubat ayında gerçekleşen internette kartlı ödemeler ayrıntılı olarak incelendiğinde, kart kullanımında daha da bilinçlenen kullanıcıların, bankaların sağladığı onay mekanizmalarıyla kolaylıkla kartlarına onay vererek alışverişlerini başarılı şekilde gerçekleştirdikleri görülüyor. Son 4 aya ait internette kartlı ödemeler incelendiğinde, günlük ortalamanın şubat ayında 1.1 milyon adetle diğer aylara paralel seyretmesi, işlemlerin başarılı şekilde gerçekleştiğinin önemli bir göstergesi olarak göze çarpıyor. Yapılan bilgilendirme ve bilinçlendirme kampanyalarıyla beraber internette ödemeler sağlıklı bir şekilde artışını sürdürürken, dijital dönüşüm de hızla devam ediyor.

Temassız kartlarda şifresiz işlem limiti artık 90 TL

Temassız kartlarla yapılan işlemlerin limiti artırıldı. Daha önce 50 TL olan temassız şifresiz işlem limiti, 1 Mart 2018 itibarıyla 90 TL oldu. Temassız ödeme yöntemiyle kart kullanıcılarının ve işyerlerinin ödeme süreçleri çok daha hızlı ve kolay oluyor. Bugüne kadar küçük ölçekli harcamalarda kullanılan temassız ödeme özelliğinin, limitin 90 liraya çıkmasıyla artık perakende, elektronik ve akaryakıt gibi sektörlerde de tüketicilere kolaylık sağlaması bekleniyor. BKM verilerine göre, Aralık 2016 sonunda 31 milyon adet olan temassız özellikli kart sayısı, Aralık 2017

sonunda yüzde 36 artarak 42 milyona yükseldi. Temassız işlem adedi de 2016 yılındaki 45 milyondan, yüzde 96 artış göstererek 88 milyona çıktı. Temassız kartlarla yapılan ortalama işlem tutarı ise 2014'teki 11 TL'den 2017'de 2.5 katına çıkarak 26 TL'ye yükseldi. 2014 yılında sadece 97 bin olan temassız ödeme terminali sayısı 2016'da 608 bine yükseldi, 2017'de ise 879 bine ulaştı ve toplam terminal adedi içindeki payı yüzde 37 oldu. Böylece 2014'ten bugüne temassız kabul noktası tam 9 kat arttı. Bugün her 3 kart kabul noktasından 1'i temassız ödemeyi destekliyor.





Bain & Company tarafından yapılan son araştırma ve analiz, dünya çapında milyonlarca müşterisi olan e-ticaret sitelerinin işlem hacminin bankaları geçtiğini ortaya koyuyor. Araştırmanın ortaya koyduğu bir gerçek de genç neslin bankalardan daha çok yeni dünyanın şirketlerine güvendiği...

E-TİCARET SİTELERİNİN HACMİ BANKALARI GEÇTİ



“Banking’s Amazon Moment” başlığıyla yayınlanan araştırmayı analiz eden Bain & Company yöneticileri, “Amazon bankacılık sektörüne giriş yapmış olabilir ve bu sektör için oyunun kurallarını değiştiren bir gelişme” diyor. Dünyanın önde gelen danışmanlık şirketlerinden Bain & Company’nin araştırmasını yorumlayan Gerard du Toit ve Aaron Chervis, Amazon’un Chase’ten aldığı “Amazon Cash” hizmetinin kullanan kişilerin ABD genelindeki 10 binden fazla perakende mağazası üzerinden Amazon hesaplarına para yatırdığına dikkat çekiyor. Bir başka çarpıcı gelişme ise Amazon’un, geçen yıl çevrimiçi satış yapan küçük işletmelere 1 milyar dolardan fazla borç vermesi...

Banka kurmak yerine müşteri deneyimini yönetmek

Chervis ve du Toit, Amazon’un pahalı bir şube ve iletişim merkezi ağının getireceği yükü uğraşmadığına işaret ederek “Bunun yerine müşterilerini yine kendi sunduğu Echo cihazına yönlendiriyor. Zaten pek çok ABD’liyle yakın dijital ilişkisi olan şirket, bu sayede sıfıra yakın bir maliyet yüküyle karşılaşılıyor” diyor.

Bu gelişmeye karşılık şirketin yasal bir banka statüsüne sahip olmayacağı öngören Bain & Company’nin temsilcileri, mevduatın yine bankada tutulacağını, Amazon’un asıl odağının müşteri deneyimini geliştirme ve yönetme olduğunu ifade ediyor. Mevcut dü-

zenlemelerin Amazon’a bunu yapma olanağı sunduğunu kaydeden iki isim, e-ticaret müşterilerinin yüzde 15’inin bir kredi kartı yerine doğrudan Amazon hesabından ödeme yaptığını belirtiyor.

70 milyon finansal hizmet müşterisi

Makalede dikkat çeken bir başka konu da müşteri sayısı. Şirketin önümüzdeki 5 yıl içinde 70 milyondan fazla ABD’li müşterisiyle finansal hizmet ilişkisi kuracağı öngörülüyor. Bu, ülkenin üçüncü büyük bankası Wells Fargo’nun müşteri sayısı ile neredeyse aynı...

Bain & Company’nin yaptığı küresel araştırmaya göre, büyük teknoloji şirketlerinden finansal ürün/hizmet alabileceğini söyleyenlerin açıkladığı süre de Amazon için öngörülen 5 yıl ile aynı. Yani küresel teknoloji şirketlerinden biri benzer bir hizmet sunmaya başlarsa 5 yıl içinde ciddi bir büyüklüğe erişebilecek.

Alibaba da aynı yolda yürüyor

Raporu özetleyen makalede, Asya kıtasında bu dönüşümün zaten başlamış olduğuna da dikkat çekiliyor. Alibaba’nın dünyanın en büyük para piyasası fonlarından birini oluşturduğunun altı çizilirken, bu şirketin 5 yılda 96 milyar dolarlık kredi verdiğine vurgu yapılıyor. “Ant Financial” unvanıyla küresel bir markaya dönüşen bu gelişimin yine grup bünyesindeki MYbank’in hayata geçirilmesine yol açtığı belirtiliyor.

Alibaba’nın Alipay dijital ödeme platformu, son 1 yılda PayPal’ın küresel ödeme hacminin 5 katı olan 1.7 trilyon dolarlık hacme ulaştı. Alibaba’nın hem Çin’deki hem de küresel piyasalardaki rakibi WeChat’in ciddi büyüklüklere ulaştığı da bir sır değil.

Asya’daki hareketlilik sadece Çin’le sınırlı değil elbette.



Japonya'nın en büyük e-ticaret gruplarından Rakuten, sunduğu finansal hizmet çeşitliliğiyle dikkatleri üzerine topluyor. Bu grup, ülkenin en büyük internet bankasına ve üçüncü büyük kredi kartı şirketine de sahip. Finansal hizmetlerden elde ettiği gelirse toplam gelirinin yüzde 40'ını oluşturuyor.

Tüketiciler daha çok güveniyor

Araştırmaya göre ABD'li tüketiciler, teknoloji şirketlerine sadece hizmet değil, parasını emanet etme konusunda da güveniyor. Bu konuda bankalar halen ilk sırada. Ancak PayPal ve Amazon da azımsanmayacak bir güvene sahip. Bu iki şirketi Apple, Google, Microsoft, Facebook ve Snapchat takip ediyor.

Yaş gruplarına bakıldığında genç kesim FinTech'lere daha ılımlı bakıyor. 18-24 yaş arasındakilerin yüzde 74'ü önümüzdeki 5 yılda bir teknoloji şirketinden finansal hizmet alabileceğini belirtiyor. 25-34 yaş arası kesim de yüzde 68'le konuya uzak olmadığını söylüyor. 65 yaş üstü ise beklenildiği gibi en düşük orana sahip. Ancak onların da yüzde 31'i konuya olumlu yaklaşıyor.

Ülkelere göre ayrıma bakıldığında Hindistan, Çin, Hong

Kong, Brezilya ve Meksika teknoloji şirketlerinden finansal hizmet almaya daha yakın görünüyor. Singapur bu beş ülkeyi takip ederken ABD, Kanada, Hollanda gibi ülkeler için "bekle-gör" yaklaşımı sergiliyor demek yanlış olmaz.

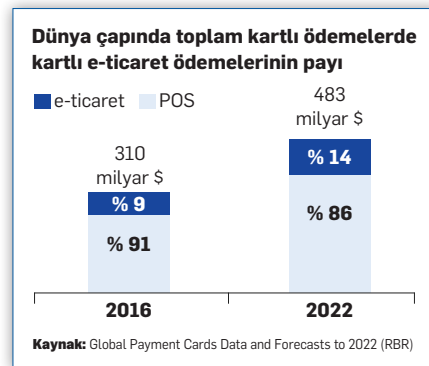
Bankalar ne yapacak?

Araştırma sonuçlarına göre, hem genç hem de yaşlı tüketiciler bankaların web sitelerini ve mobil uygulamalarını şubelere ya da çağrı merkezlerine tercih ediyor. Ancak dikkat edilmesi gereken bir nokta daha var: Bankaların mobil uygulamaları ve internet şubeleri yetersiz görülüyor. ABD'deki tüketicilerin sadece yarısı bankaların web sitelerinin kolay işlem yapma olanağı sunduğunu düşünüyor. Bankaların önem vermesi gereken bir diğer konu da kişisel sanal asistanlar. Araştırma, bu alanda Amazon Echo, Google Home gibi evi yönetmeye yardımcı olan asistanları dikkate alıyor. Bu ürünlerin mevcut kullanım oranı yüzde 6 olarak belirlense de "kullanmaya başlayacağım" diyenlerle oran yakın gelecekte yüzde 27'ye çıkacak. 18-24 yaş grubu yüzde 33'lük oranla şimdiden kullanıma geçmiş durumda. 25-34 yaş grubu da yüzde 24 ile azımsanmayacak bir orana sahip.



Kartlı ödemelerde online ticaretin payı 70 milyar dolara çıkacak

RBR tarafından yapılan "Global Payment Cards Data and Forecast to 2022" adlı araştırma, dünya çapında yapılan kart ödemelerinde online ticaretin payının 2022'de 70 milyar dolara ulaşacağını gösteriyor. RBR analizi, 2016'da dünya çapında yapılan toplam kartlı e-ticaret ödemelerinin bir önceki yıla göre yüzde 28 artarak 29 milyar dolara ulaştığını, bunun da tüm kart ödemelerinin yüzde 9'unu temsil ettiğini ortaya koyuyor. 2022'ye kadar tüm kart ödemelerinin yüzde 14'ünün online olarak yapılacağını tahmin ediyor. E-ticaretteki büyümenin başlıca etkeni, internet ve akıllı telefon penetrasyonundaki hızlı artış. Tabii çevrimiçi varlığa sahip satıcıların sayısı da hızla artıyor. Tek tıkla ve hareket halindeyken bile online alışveriş



imkanının yanı sıra 3D Secure (Mastercard SecureCode ve Verified by Visa) kullanımının yaygınlaşması da önemli etkenlerden.

Uber'den yüzde 25 daha ucuz seyahat imkanı

Express POOL



Son günlerde Türkiye'nin de gündemde yer alan Uber'in 2014 yılında kullanıma sunduğu UberPOOL uygulaması, aynı yöne giden yolcuları tek bir araçta toplayarak müşterilerine kolaylık sunmayı amaçlamıştı. Rakiplerine karşı büyük bir rekabet avantajı sağlayabilecek bu servis, özellikle çok koltuklu araçlarla hizmet verilen UberX ile entegre edilerek yeni bir strateji çizilmişti. Bu segmentin başarılı olmasının ardından Uber, Express POOL adlı yeni bir uygulamayı başlatmaya hazırlanıyor. Bu yeni hizmet, müşterilerine yolculuklarına başlamadan önce ya da bittikten sonra kısa bir mesafe yürümleri durumunda indirim sunuyor. Müşterilerin araca binip ve indikleri noktaları yolcularına gösteren yeni uygulama yüzde 25 tasarruf fırsatı veriyor. Bu arada Express POOL, aynı ücrete daha fazla yolcu alan stresli sürücülerde bir miktar rahatlatılacak. Express POOL'un kullanımı şimdilik San Francisco, Boston, Los Angeles gibi pilot bölgelerde geçerli.



NAKİTSİZ TOPLUMA EN YAKIN ŞEHİRLER ÇİN'DE

➔ Çin'deki mobil ödeme işlemleri, Ocak-Ekim 2017 döneminde 81 trilyon yuana (yaklaşık 12.8 trilyon dolar) ulaştı. Sanayi ve Enformasyon Bakanlığı verilerine göre söz konusu 10 aylık dönemde ulaşılan bu seviye, 2016 genelindeki 58.8 trilyon yuanın çok çok üzerinde...

Çin'le ilgili bir başka veri de eMarketer'dan geldi. Buna göre, Çinli işletmelerin geçen yıl ABD ile ticaretlerinde yaptığı mobil ödeme işlemleri yaklaşık 49.3 milyar dolarlık değere ulaştı.

Çin'deki bu mobil ödeme patlaması, dünyanın en büyük internet ve akıllı telefon pazarında çevrimiçi perakendeciliğin yanı sıra finansal ve isteğe bağlı hizmetlerin tıpkı sosyal paylaşımlar gibi hızlı bir şekilde benimsenmesiyle açıklanıyor.

Yine araştırma firması eMarketer'a ait bir başka öngörü de oldukça ilginç. Şirket, 2018 yılında küresel mobil ödeme kullanıcılarının yüzde 61'den fazlasının Çin'de bulunacağını tahmin ediyor. eMarketer analisti Shelleen Shum, "2021 yılına gelindiğinde ise Çin'deki akıllı telefon sahiplerinin yüzde 79.3'ü, bu cihazlarını POS'larda mobil ödeme yapmak için kullanacak. Bu oran ABD'de yüzde 23, Almanya'da ise yüzde 15 civarında olacak" diyor.

Uluslararası hukuk firması Pinsent Masons'un kıdemli ortağı Paul Haswell'in konuyla ilgili değerlendirmesi ise şu şekilde: "WeChat ve Alipay sayesinde Çin, dünyanın en gelişmiş mobil ödeme pazarı olarak kabul ediliyor. Aslında Çin'de kredi ve banka kartı kullanımı WeChat yoluyla ödemelere kıyasla daha zor. Bu da mobil ödeme tercihini tetikliyor. Bu sayede birçok Çin şehrinin artık nakitsiz topluma en yakın yerler haline geldiğini söyleyebiliriz." ☺



EŞYALARINIZI 79 LİRAYA SİGORTALATMANIZ İÇİN

SUDAN BİR SEBEP:

Sel

KAPINIZA KADAR GELEN BİR NEDEN:

HIRSIZ

SICACIK BİR SEBEP:

YANGIN

Ziraat'e gelin, yılda sadece 79 TL'ye
Eşya Paket Sigortası yaptırın.
Sel, hırsızlık, yangın gibi birçok risk karşısında
eşyalarınızı güvence altına alın.



Ziraat Sigorta

Güvenceniz için daha fazlası

0850
222
97 00
Müşteri İletişim
Merkezi
www.ziraatsigorta.com.tr

Ziraat Sigorta, Ziraat Finans Grubu Üyesidir.

/ziraatsigorta

TÜRKİYE'NİN ÖDEME YÖNTEMİ TROY

Türk bankalarının geliştirdiği
kutlamaya değer bir yenilik.

**Kartınız hangisi olursa olsun,
sağ alt köşesinde TROY olsun.**



troyodeme.com | [#TroyOlsun](https://twitter.com/TroyOlsun)

[f/TroyOdeme](https://www.facebook.com/TroyOdeme) [/TroyOdeme](https://www.instagram.com/troy_odeme) [/troy_odeme](https://www.instagram.com/troy_odeme)

troy