

# PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

HAZİRAN 2018

Sayı: 86 / Fiyatı: 10 TL

www.psmmag.com

Birleşik Arap Emirlikleri'nde  
Türk bankacıları bekleyen fırsatlar



# DİJİTAL DÜNYADA MÜŞTERİ KRALDIR!

Gündem  
Toplantıları

Dijital pazarlamada "canavar müşteri";  
hedef kitlede "8'den 88'e" dönemi



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



Şekerbank



**Abdullah Çetin**  
acetin@psmmag.com

## Daha sıcak, daha hareketli bir yaz

**“Müşteri zaten kraldı, dijital dünyada daha da kral oldu. Dijital dünyada beklentisi yüksek, interaktif ve öğrenen ‘canavar müşteri’ diye tabir edilen bir kitle oluştu. Hitap edilen müşteri kitlesini de 7’den 77’ye değil, 8’den 88’e çevirmek lazım artık...”**

“Birleşik Arap Emirlikleri (BAE), ticaret yasasını değiştirerek teknoloji üreten firmalara kollarını sonuna kadar açtı. Yabancıların şirket sahibi olmasının yolunu açıp, ülkede iş yapacaklara 10 yıllık vize verilmesi için harekete geçildi. DenizBank’ın BAE’nin en büyük bankalarından ENBD tarafından satın alınmasıyla da Türk bankacıları Körfez’de daha sık göreceğimiz zamanlar yakındır. Sadece bankacılar değil gençler, girişimciler, Ortadoğu ve Afrika pazarına girmeye niyetlenen Türk şirketler, BAE’yi ciddi olarak değerlendirecektir.”

“Çiftlik Bank gibi saadet zincirlerinde inek, süt ya da bir ürün ortaya koymak durumundasınız. Kripto paralarda buna da gerek yok. Bilgisayarlarda oluşturduğunuz rakamlar sizin ürününüz, kayıt zinciriniz ve para biriminiz oluyor. Sattığınız şey de o rakamların bir para birimi olacağı kabul göreceği ve büyük karlılık elde edeceğiniz vaadi. Yani hayalden başka bir şey değil...”

“İspanyol BBVA, dünyada ilk kez blockchain ile kredi veren banka oldu.

Banka ile borçlu arasında yürütülen müzakereler de dâhil tüm süreç, dağıtık kayıt teknolojisi blockchain üzerinden tamamlandı. Böylece 75 milyon Euro tutarındaki kurumsal kredi işlemi blockchain ile tahsis edildi ve bu işlemde Ethereum’un halka açık blockchain altyapısı kullanıldı...”

“22 Mayıs 2018’den itibaren yemek kartı hizmeti sunmak isteyen kuruluşlara, faaliyete başlamadan önce Gümrük ve Ticaret Bakanlığı’na bildirimde bulunma zorunluluğu getirildi. Yemek kartı hizmeti veren kuruluşların anlaşmalı olduğu perakende işletmelere uygulayacağı komisyon oranı yüzde 6’ya geçemeyecek. İskonto ve farklı adlar altında menfaat sağlamaya yönelik karşılıklı talepler de yasaklandı...”

“Temel bankacılık hizmetlerinin ötesinde hizmet almak isteyen tüketiciler, finansal varlıklarını yönetmek için araçlara ihtiyaç duyuyor. Bu da finansal kurumların tüketiciler için güvenilir bir danışman haline gelmesi için müthiş bir fırsat yaratıyor. Bu kurumlar, müşterilerine kapsamlı bir finansal yönetim çözümü sağlamak için gereken veri ve kanal entegrasyonundan yararlanma olanağına sahip...”

Sıcak bir yazı girerken yine dopdolu bir PSM ile karşınızdayız. Zengin içeriğimizden çarpıcı birkaç alıntıyı buradan paylaşmak istedim. Keyifli okumalar.



[www.psmmag.com](http://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**

**EDITÖRLER**

**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**

**suycun@psmmag.com**

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

**YÖNETİM YERİ**

**Şirket 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.

# iÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • HAZİRAN 2018

6

## VİTRİN

Eski cihazını getir, yeni Profilo S900 ECR yazarkasa POS'u götür



18

## GÜNDEM TOPLANTISI

Dijital dünyada müşteri kraldır!

26

## ETKİNLİK

"Regülasyonlar değişir, Toshiba'nın müşteriye yaklaşımı değişmez"

29

## ÇÖZÜM İHRACATI

Petro Canada'nın yeni kart sistemini Verisoft kurdu

30

## BÖLGE ANALİZİ

Ortadoğu ve Afrika bölgesinde finansal sisteme katılım

34

## GİRİŞİMCİLİK

İcat fabrikası

40

## ZİRVE YOLUNDA

IBM yetenekleri keşfedip geleceğe hazırlıyor

42

## TREND

Perakendeciliği şekillendirecek 5 yeni teknoloji

44

## E-TİCARET

"Özel kargocular köye giderse e-ticaret katlanır"

46

## FINTECH DÜNYASINDAN GELİŞMELER

Dijitalleşiyoruz ama nasıl?

48

## KRİPTO PARALAR

Yerli kripto paralar ölü mü doğdu?

51

## BLOCKCHAIN

"İnternet fırtına ise blockchain kasırga olacak"

52

## VİZYON

Blockchain'in ayak sesleri

54

## VİZYON

Yapı Kredi'nin 2020 vizyonu

56

## YENİLİK

Akbanklılar telefonu salladı Direkt Kredi yüzde 20 büyüdü



58

## MEVZUAT

Yemek kartı hizmetlerinde yeni dönemin şifreleri

60

## YARIŞMA

Ödeme dünyası ödülleri sahiplerini bekliyor

62

## EXTRE

Anneler Günü arifesinde işlem rekoru kırıldı

64

## DÜNYADAN

Dijital ortamda da finansal sağlık hizmeti bekliyoruz



# Akbank hayatın kalbinde

**AKBANK**

sizin için

## ► Eski cihazını getir, yeni Profilo S900 ECR yazarkasa POS'u götür

Profilo Ödeme Sistemleri, Maliye Bakanlığı'nın kayıt dışı ekonominin önüne geçmek için almış olduğu dijital dönüşüm tedbirleri sonucunda eski nesil yazarkasalarını değiştirme zorunluluğu olan mükellefler için cazip bir kampanya başlattı. Ekonomiye katkıda bulunmak ve mükellefleri Profilo S900 ECR yeni nesil yazarkasa POS ayrıcalıklarıyla buluşturmak amacıyla düzenlenen kampanyadan, Profilo ürün ailesinden bir cihaz sahibi olan mevcut kullanıcılarının yanı sıra marka ve modeli fark etmeksizin tüm eski nesil yazarkasa sahibi mükellefler de faydalanabiliyor.

Yeni nesil değişim kampanyasıyla, çalışır durumdaki eski yazarkasalarını marka ve model fark etmeksizin Profilo Ödeme Sistemleri'nin satış ve servis kanalı olan en yakın R2 Servis noktalarına getiren kullanıcılara 500 TL'ye varan indirim sunuluyor. Stoklarla sınırlı kampanya dahilindeki değişim indirimine ek olarak, QNB Finansbank uygulaması yükleten mükelleflere 250 TL ParaPuan, düşük banka komisyonlu 9 taksit imkanı gibi kolaylıklar sağlanıyor.

Hem masaüstü hem de mobil olarak kullanılabilen Profilo S900 ECR yeni nesil yazarkasa POS,



tüm bağlantıların tek bir noktada birleştirildiği bağlantı kutusuyla kablo karmaşasına son veriyor. Dâhili GPS ve barkod okuyucu opsiyonu, yüksek çözünürlüklü hassas dokunmatik ekran, basitleştirilmiş menü, yeni nesil güvenlik yazılımı, çift SIM kart kullanımı, 3G modem alternatifi gibi birçok özelliği tek bir cihazda topluyor. Profilo S900 ECR, kullanıcıya maksimum

düzeyde kolaylık ve kesintisiz hizmet sağlamayı hedeflerken, uzun ömürlü bataryası ve 32 metreye yükseltilmiş rulo kapasitesiyle tam dolu şarjla uzun süre kesintisiz fiş kesebilme olanağı sunuyor. 40 milyon satırlık EKÜ kapasitesine sahip olan Profilo S900 ECR, kullanıcıların her türlü ihtiyacına yanıt verebilmek için 6 farklı konfigürasyon seçeneğiyle satışa sunuluyor.

## 4 bin 600 PTT şubesinden de Papara Card alınabilecek

Yüzde 100 yerli sermayeyle kurulan ve kısa sürede 1 milyon kullanıcıya ulaşan dijital ödeme sistemi Papara'nın iş ortakları arasına PTT de katıldı. İki kuruluş arasında yapılan anlaşma çerçevesinde, önümüzdeki günlerde PTT şubelerinde Papara Card satışı başlayacak. 4 bin 600 PTT şubesinde kullanıcılar Papara hesaplarına para yükleyip çekilebilecek, ayrıca 2 bin 600 Pttmatik cihazında Papara'ya özel menüler üzerinden işlemlerini 7 gün 24 saat yapabilecek.

Papara CEO'su İlker Diker, "Müşterilerimizin Papara Card'ı istedikleri yerden kolayca alabilmesi için D&R, n11, Gittigidiyor, idefix, TveK, Nokta Kırtasiye, Pratik İşlem ve Faturavizyon'dan oluşan kart satış



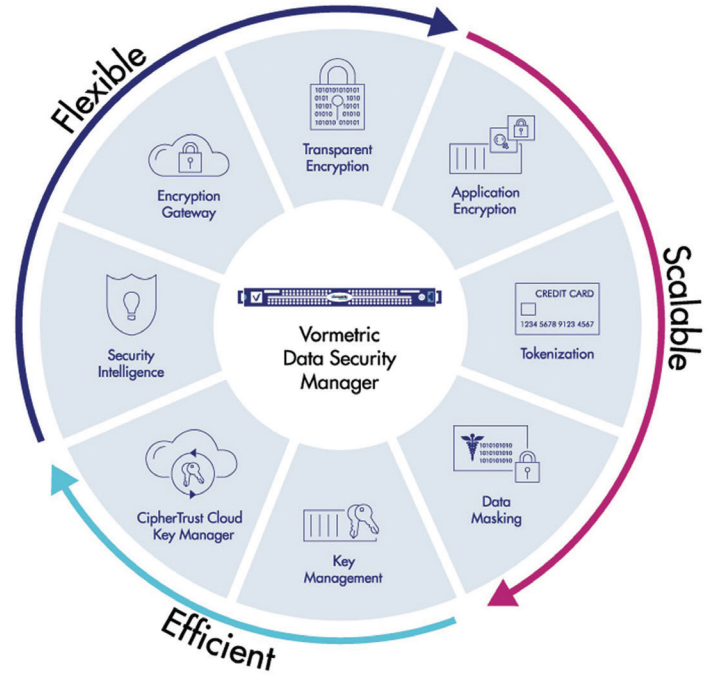
ağına şimdi de PTT'yi ekledik. Papara iş ortakları ağını daha da genişletmek için çalışmalarımız sürüyor" diyor. 2016 yılından bu yana kurumsal ve bireysel kullanıcılara özel çözümler sunan Parara, 3.5 milyar liralık işlem hacmine ve 1 milyon

kullanıcıya ulaştı. Diker, gelecek planlarını Türkiye ve dünyadaki ödemeler sisteminin dijitalleşme potansiyeli üzerine kuran Papara'nın 2019 yılı sonunda 10 milyar liralık iş hacmine ve 3 milyon kullanıcıya ulaşacağını öngörüyor.





**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

## ► Bu topraklarda “Burçak Tarlası” var!

Türkiye'nin Ödeme Yöntemi Troy ile genç sanatçı Evrencan Gündüz'ün “Bu Toprakların Sesleri”ni keşfetmek ve müzikseverlerle buluşturmak üzere başlattığı işbirliği ilk günkü heyecanıyla sürüyor. Geçen yıl başlayan bu özel müzik yolculuğunun son türküsü “Burçak Tarlası” oldu. Evrencan Gündüz, “Bu Toprakların Sesleri” projesi kapsamında daha önce de “Çalın Davulları”, “Vardar Ovası”, “İğdir'in Al Alması” ve “Ordu'nun Dereleri” türkülerini kendine özgü yorumuyla seslendirmişti. Bankalararası Kart Merkezi (BKM) tarafından, Türkiye bankacılık ve finans sektörünün ortak çabalarıyla 2016'da hayata geçirilen ödeme yöntemi Troy, tüm özelliklerini ve ilhamını Türkiye'nin toplumsal dinamizminden ve asırlara yayılan ödeme alışkanlıklarından alıyor. Troy, türkülere kattığı yenilikçi yorumlarla tanınan yetenekli şarkıcı



Evrencan Gündüz'le bu toprakların türkülerini keşfetmeye devam ediyor. Evrencan Gündüz'ün canlı performansla yorumladığı “Burçak Tarlası” türküsünün klip çekimleri, Riva'da Toplum Destekli Permakültür

Uygulama ve Ortak Yaşam Çiftliği Projesi olan Permakamp'ta yapıldı. Troy ve Evrencan Gündüz'ün keşiflerindeki beşinci durak olan “Burçak Tarlası”nı YouTube'ta izleyebilirsiniz.

## Perakende mağazacılık dijitalleşiyor

Satış ve pazarlamada artık farklı hikâyelerin yenilikçi çözümlerle anlatıldığı sistemler ilgi çekiyor. Sistem 9 da dünyada “dijital signage” olarak bilinen hizmetleri Türkiye’de “dijital yayın ve bilgilendirme ekranları” adıyla yaygınlaştırıyor. Sistem 9 Pazarlama Müdürü Harun R. Akol, bu hizmetin işleyişini şöyle anlatıyor: “Türkiye ile beraber üç ülkedeki 21 perakende markasının 2 bini aşkın şubesindeki 15 binden fazla dijital ekranı onlar adına yönetiyoruz. Dijital teknolojiler sayesinde tüketiciler sadece para harcama mantığıyla değil, keyifli bir deneyim yaşayarak alışveriş yapıyor. Hizmet verdiğimiz müşterilerimizin mağazalarındaki görsel kalitesi ve yüksek dijital ekranlarda tanıtılan ürünler satışları yüzde 25 artırdı. Sektörün ihtiyaçları doğrultusunda göre kurumsal TV, video wall, vitrin önü dijital poster ve/veya interaktif uygulamalar sunuyoruz. Kurulumunu yapıp markalar adına yönettiğimiz dijital ekranları yüzde 100 Türkiye’de ürettiğimiz S9Vision DS yazılımımız sayesinde uzaktan ve tek merkezden yönetiyoruz. Tüketici deneyimini



en üst düzeye çıkarabilecek güce sahip dijital ekranlarımız, mağaza sahiplerine ürün ve hizmetlerini daha çekici hale getirip mesajlarını doğru yerde verme imkânı sunuyor.” Akol, dijital ekranların müşterilerin mağaza içindeki kalış süresini yüzde 30 artırıp ödeme öncesi kuyruklarda bekleme süresinin kısalttığı algısı yarattığına dikkat çekiyor. Mağaza sahipleri, dijital ekranlarında dönen bilgi, haber, görsel ve videoları istediği gün ve istediği yere gönderip yayın akışını yönetebiliyor.

Bölgesel kampanyalarını da tek tuşla vitrinlerinde aktif hale getirebiliyor. Akol'un verdiği bilgilere göre mağazalardaki dijital yayın ve bilgilendirme ekranlarına maruz kalanların yüzde 68'i, hiç satın alma düşüncesi olmadığı bir ürüne yöneliyor. Tüketiciler dijital ekranlara yansıtılan reklam ve bilginin yüzde 59'unu hatırlıyor. Dijital ekranlar müşteri memnuniyetini yüzde 46 artırırken, toplam satış hacminde de yüzde 31.8 yükseliş sağlıyor.



“Borsa işlemlerine bir kolaylık gelse yatırım hedeflerim büyüse” diyorsan...

**O iş cepte!**



İşCep'i indir, işini cepte bitir.



Ayrıntılı bilgi: [isbank.com.tr](http://isbank.com.tr)

## ► Ingenico yazarkasalar Vestel mağazalarında da satılmaya başladı

Uçtan uca ödeme çözümleri sunan Ingenico, müşterilerine daha iyi hizmet verebilmek için satış ağını güçlendirmeye devam ediyor. Vestel ve Ingenico arasında yapılan işbirliğiyle Ingenico seyyar yazarkasa POS iWE280 ve masaüstü yazarkasa POS iDE280 anlaşmalı Vestel bayilerinde de satışa sunulmaya başladı. Ingenico Türkiye Genel Müdürü Alpay Sidal, Türkiye'nin en köklü teknoloji şirketi Vestel ile yapılan işbirliğinin ayrıntılarını şöyle anlatıyor:

"Ingenico olarak yazarkasa POS'larımızı teknolojik anlamda sürekli güncelliyoruz. Dayanıklılığı, fiyat-kalite performansı, dokunmatik ekranı ve kullanıcı dostu menüleriyle yazarkasa POS'larımız işyeri sahiplerimiz tarafından çok tercih ediliyor. E-tax free, Zubizu, Hopi ve yemek kartı çözümlerimizle, son olarak Global Miles uygulamasıyla kullanıcılarımızın hem iş yükünü azalttık hem de zamandan tasarruf



sağladık. Bu uygulamalarımızın yanı sıra Vestel ile yapılan işbirliğiyle artık işyeri sahiplerine Ingenico'ya daha kolay ulaşma fırsatını da sunmuş

oluyoruz. Vestel'in geniş bayi ağı, hizmet kalitesi ve bayilerindeki eğitimli personelle satışlarımızın daha da artacağını öngörüyoruz."



Alpay Sidal

## Tüm POS işlemleri otomatik olarak muhasebeleşiyor

Eçözüm Bilgi Teknolojileri tarafından geliştirilen Posrapor, kredi kartı tahsilat işlemlerinin muhasebeye otomatik olarak aktarılmasını sağlıyor. Firmaların banka hesaplarıyla entegre olarak çalışan sistem sayesinde tahsilat tutarı, taksit sayısı, bankanın kestiği komisyon oranı, komisyon tutarı, ödemenin işletmenin hesaba geçeceği tarih (valör) ve diğer bazı veriler doğrudan bankadan temin edilerek muhasebeye aktarılıyor. Fiziki ve sanal POS işlemleri için banka hareketleri tek panelde görüntülenebiliyor. Posrapor ile POS işlem hareketlerini ERP/ muhasebe sistemine aktarmak mümkün. Ayrıca raporlar Excel ve "txt" formatında dışarı aktarılabilir.

Eçözüm Bilgi Teknolojileri Genel Müdürü Arif Sarı, Türkiye'de ilk ve tek olarak nitelendirdiği sistemin çıkış noktasını ve faydalarını şöyle



anlatıyor: "Posrapor'u başta B2B firmaları, mağazalar, marketler ve benzin istasyonları olmak üzere yoğun kredi kartı kullanan şirketlerin bu işlemlerin kayıt ve muhasebe sürecini akıllı sistemlerle yönetebilmesi için geliştirdik. Bugün pek çok şirket kredi kartı tahsilat işlem bilgilerini tek tek bankalardan

dosya olarak alıyor, bu dosyaları dizayn ediyor ve muhasebe sistemine yüklüyor. Manuel olarak yapılan bu işlemler zaman ve enerji kaybının yanı sıra hata risklerini de beraberinde getiriyor. Verileri bankalardan otomatik olarak alan ve muhasebe sistemine aktaran Posrapor ile hata olasılığı sıfıra iniyor. Şirketlerin diğer bir önemli sorunu da komisyon oranlarının hatalı işlenmesi sonucu gelir kaybına uğramaları. Posrapor, sahip olduğu akıllı parametrelerle bankaların reel olarak kestikleri komisyon oran ve tutarlarını, ödemelerin valör tarihlerini hesapladığı için şirketlerin fazladan komisyon ödeme ve nakdi geç alma sorunlarını ortadan kaldırıyor. Bir başka faydası ise şirketlere nakit akış projeksiyonunu göstererek hangi tarihte banka hesaplarına ne kadar nakit aktarılacağını raporunu anlık olarak sunması."

# VERIFONE UX SERİSİ İLE SELF SERVİS ÖDEME

Hızlı ve güvenli bir ödeme deneyimi yaşatmak için tasarlanmış nakitsiz self servis ödeme noktası ile tanışın.

Verifone UX serisi ile sıra beklemeden 7/24 hızlı, pratik, güvenli ödeme alabilirsiniz. En yüksek güvenlik sertifikasyonlarına sahip UX serisi en kötü hava şartlarında dahi dış mekan kullanımına uygundur.

UX serisi, işletmelerin ödeme alma işlemlerine esneklik sağlar ve müşteri deneyimini geliştirir. Bu esnek çözüm, lokasyon veya zamanlama sınırlaması olmadan otopark ödeme makineleri, yiyecek-içecek otomat makineleri gibi pek çok farklı tipteki kioska kolayca entegre olabilir.

UX serisi modüler yapısı sayesinde ihtiyaca uygun ödeme çözümleri sunar.

## İşlevsel Tasarım

Zorlu hava koşulları ve dış mekan kullanımına uygun tasarlandı.

## Maksimum Güvenlik

Yüksek güvenlik sertifikasyonlarına sahip UX serisi maksimum bilgi güvenliği sağlar.



Detaylı bilgi için; [verifone.com.tr](http://verifone.com.tr) | [pazarlama@verifone.com](mailto:pazarlama@verifone.com)

 /Verifone

36 YILDIR  
İŞLETMELERİN BÜYÜMESİNE  
KATKI SAĞLIYORUZ

**Verifone**<sup>®</sup>  
verifone.com.tr

## ► Gazi Teknopark, Kanada'ya çıkarma yaptı

Gazi Teknopark tarafından 24 firmanın katılımıyla oluşturulan ve Mayıs 2015'ten bu yana Ekonomi Bakanlığı'nın "UR-GE Tebliği" kapsamında faaliyet gösteren Gazi Bilişim Kümesi, 21-28 Nisan 2018 tarihleri arasında Kanada'nın Toronto şehrinde pazarlama faaliyetleri yürüttü. Gazi Teknopark Genel Müdürü Tuğrul İmer ve Küme Koordinatörü Rıza Yolaçan liderliğinde Türkiye'den Kanada'ya giden bilişim temelli bu ticaret heyetinde 11 firmadan 21 temsilci yer aldı.

Gazi Bilişim Kümesi daha önce de 2016'da ABD'ye, 2017'de ise ABD ve Tayvan'a olmak üzere üç pazarlama faaliyeti düzenlemişti. Söz konusu ülkelerde önemli kurum ve kuruluşlar ziyaret edilmiş, yatırımcı görüşmeleri yapılmış ve 150'ye yakın B2B toplantı düzenlenmişti. Kuzey Amerika pazarına yönelik ticari faaliyetlerin devamı niteliğinde, Kanada'nın teknoloji ve finans üssü olması ve startup ekosisteminin sağlam temellere sahip olması nedeniyle Toronto şehri hedef



pazar olarak seçildi. Gazi Bilişim Kümesi, Ontario Dış Ticaret Bakanlığı, Barrie Ticaret Odası, Brampton Ticaret Odası gibi kurumları ziyaret edip üyeleriyle 60 civarında yatırım ve B2B toplantısı yaptı. Yine teknoloji transferi ve startup ekosistemi içerisinde önemli yerlere sahip Waterloo

Üniversitesi, The Accelerator Centre, Communitech Hub, Velocity Garage, DMZ Zone ve MaRS ziyaretleri yapıldı. Toronto Başkonsolosu Erdeniz Şen ve Ticaret Ataşesi Mehmet Ekizoğlu'nun ev sahipliğinde, Toronto bölgesinde faaliyet gösteren ve/veya çalışan Türk girişimciler için bir de panel düzenlendi.

## Açılış maçından final maçına kadar nakitsiz bir Dünya Kupası

İster turnuva için seyahat ederken, ister televizyon karşısında olsun taraftarlar, FIFA'nın resmi ödeme hizmetleri iş ortağı Visa'nın sağladığı hızlı ve kolay ödemeler sayesinde Dünya Kupası'nın hiçbir anını kaçırmayacak. Rusya'daki taraftarlar, 7 bin satış noktasındaki POS terminali ve en yenilikçi ödeme yöntemleriyle donatılmış 800 mobil noktadan temassız ödeme yaparak zaman kazanacak ve böylelikle sahadaki aksiyona daha fazla zaman ayırabilecek.

Visa, kartlı ödemelerin kabul edildiği tüm stadyumlarda tek ödeme markası olacak. Stadyum içindeki taraftarlar, temassız Visa kredi ve banka kartlarıyla ödeme yapabilecek ve temassız terminallerde mobil ödeme hizmetlerinden yararlanabilecek. Visa ayrıca, Rusya'daki taraftarlara hızlı, kolay ve nakitsiz bir ödeme deneyimi yaşatmak için 6 bin 500 ödeme yüzüğü, 30 bin ödeme bilekliği ve temassız ön ödemeli hatıra kartlarını satışa sunacak.



Öte yandan profesyonel futbolcu Zlatan Ibrahimović, Visa'nın 2018 FIFA Dünya Kupası küresel kampanyasının yüzü olarak bu yaz Rusya'da futbol taraftarlarıyla bir araya gelecek. Kampanya, Ibrahimović'in FIFA Dünya Kupası sahnesine geri dönüş serüvenini anbean kapsayacak ve bu yolculuğun başından sonuna dek kullanılan temassız ödeme teknolojisinin kolaylığını ortaya

koyacak. Visa ve Zlatan Ibrahimović, dünyanın en büyük spor etkinliğinin sahne arkasında gerçekleşen olayların anlık görüntülerini paylaşacak ve Visa'nın resmi maçlardan önce orta yuvarlağa ve takımların ısınma antrenmanlarına ayrıcalıklı erişim imkanı sayesinde taraftarların FIFA Dünya Kupasının hiçbir anını kaçırmamalarına yardımcı olacak.

# Bankkart Combo

## Seni düşünür o

Sizin için bir karttan daha fazlasını düşündük!

Bankkart Combo'yla kredi kartı ve banka kartını birleştirip içine sizi düşünen birçok özellik ekledik. Teknolojisiyle ve avantajlarıyla Bankkart Combo'nun hayatınızı kolaylaştıracak dünyasına sizi de bekleriz.



Kredi kartı ve banka kartı tek kartta!

Ziraat Bankası



Seni düşünür o  
**bankkart**  
Combo

Twitter Facebook Instagram YouTube /bankkart

0850  
258  
00 00 Müşteri İletişim  
Merkezi  
www.bankkart.com.tr

## ► İş Bankası Anında Alışveriş Kredisi şimdi de epttavm.com'da

İş Bankası, müşterilerinin alışveriş yaparken kredi kullanmasına imkân sağlayan Anında Alışveriş Kredisi'ni, hepsiburada.com ve genpa.com.tr'den sonra şimdi de www.epttavm.com üzerinden yapılacak internet alışverişleri için sunuyor. Arka planda İş Bankası API'sinin (uygulama programlama arayüzü) yer aldığı bu kredilendirme hizmeti sayesinde

müşteriler, epttavm.com'dan farklı bir siteye yönlendirilmeksizin, aynı platform içerisinde hem alışverişlerini tamamlıyor hem de kolayca ödeme yapma imkânı buluyor. Türkiye'de bir ilk olan bu hizmetle müşteriler, alışveriş yaparken kredi faizine ek bir ücret ödemeden 7 gün 24 saat anında ve 48 aya varan vadelerde kredi kullanabiliyor.



## Albaraka'nın faizsiz dijital bankacılık hizmeti "Insha" Almanya'da



Albaraka Türk, Avrupa'da dijital bankacılık hizmeti vermek üzere "Insha" projesini hayata geçirdi. Şubesiz ve tamamen dijital bankacılık hizmeti verecek olan Insha, Albaraka'nın yurtdışında dijital katılım bankacılığı alanındaki ilk adımı olurken, Türkiye katılım bankacılığında da ilk olma özelliği taşıyor.

Insha, Almanya bankacılık düzenleme ve denetleme kurumu BaFin ve Almanya Merkez Bankası ECB tarafından tam bankacılık lisansı verilmiş, kurumsal firmalara bankacılık platformu sağlayan, Berlin merkezli solarisBank AG'nin ana bankacılık altyapısı üzerine inşa edildi. Bankacılık hizmet kanalları ve modüler yapısıyla Insha önce Almanya'da, sonrasında ise kıta Avrupa'sında katılım bankacılığı hizmetleri vermeyi hedefliyor.

Insha ilk etapta banka hesabı açma, hesap yönetimi, banka kartları, ödemeler ve para transferi gibi temel bankacılık hizmetleri verecek. İkinci aşamada katılım bankacılığının temel ürünlerini sisteme dahil etmeyi planlayan Albaraka Türk, katılım bankacılığını hem dijital hem geleneksel kanallardan Avrupa'da yaymayı hedefliyor. Tamamen dijital süreçler ve dijital



Melikşah Utku

ürünlerden meydana gelen Insha, fiziksel evrak ve şubeye gitme zorunluluğunu ortadan kaldırarak birkaç dakika içinde hesap açma imkânı sunuyor. Insha, ilk aşamada Almanca, Türkçe ve İngilizce dillerinde müşterilerine seslenecek. İlerleyen dönemlerde

Arapça da dil listesine eklenecek. Insha projesinin Avrupa pazarına giriş stratejilerinin öncü parçası olduğunu belirten Albaraka Türk Genel Müdürü Melikşah Utku, "Avrupa'da 20 milyon Müslüman yaşıyor. Bunların dörtte biri de Almanya'da ikamet ediyor. Müslüman halklar, dil sorunu ve faiz hassasiyetinden dolayı yaşadıkları bu ülkelerde finansal hizmetlerden yararlanmakta sıkıntı çekiyor. Kendi ülkelerine para gönderme ve mecburi bazı bankacılık işlemlerini yapmada dahi sorun yaşıyorlar. Gerek Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşlarımızın gerekse diğer ülke Müslümanlarının yaşadığı bu sorunlara bir çözüm getirmek, dünyanın en iyi katılım bankası olma vizyonumuzu bir adım daha ilerletmek ve en önemlisi de katılım bankacılığını küresel anlamda geliştirmek amacıyla Insha hayata geçiyor" diyor.

# 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](http://www.cardtek.com)

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

 CARDTEK

## ► KOBİ'ler KEP'i keşfetti

Pazar hacmi 60 milyon TL'ye ulaşan kayıtlı elektronik posta (KEP) sektörü, 2018 sonunda KOBİ ve bireysel kullanıcı sayısında yüzde 50 artış bekliyor. TNB KEP Genel Müdürü Duygu Yantaç, "KOBİ'lerin KEP hizmetlerine yoğun ilgisi var. KEP uygulamaları, insan kaynakları süreçlerinden tedarikçi bildirimlerine, ihale başvurularına kadar pek çok alanda kullanılmaya başladı" diyor. Eğitim sektöründe, kamudaki e-yazışma uygulamalarında, insan kaynakları iletimlerinde ve tedarikçi, acente bilgilendirmelerinde KEP kullanımının yaygınlaştığına dikkat çeken Yantaç, sistemin faydalarını şöyle anlatıyor: "Ekonomik ve güvenli olması KEP'in



tercih edilmesindeki en büyük etken. Kamudaki Elektronik Belge Yönetim Sistemi ile entegre e-yazışma uygulamalarının yaygınlaşmasının sektöre büyük katkısı var. KEP, büyük



ölçekli kurumların insan kaynakları süreçleri için de önemli avantajlar sağlıyor. Bordro gönderimi, atama, görevlendirme, yıllık izin kullanımı, şirket içi duyurular, performans değerlendirme, sözleşme, prim hakediş gibi bildirimler KEP ile kolayca yapılabiliyor. Şirket veya çalışan tarafından yapılacak bildirimler için elden belge teslimi ve ıslak imza ihtiyacı ortadan kalkıyor. Posta, kargo, kurye gibi maliyetler ve operasyonu için gerekli işgücü ihtiyacı ve belge masrafları ortadan kalkıyor, zaman kaybı yaşanmıyor. Yüzde 70'i aşan tasarruf sağlanıyor. Evrak takibi kolaylaşıp, evrak kaybolma riski son buluyor. Fiziksel arşiv ve belge deformasyonu ihtimali de azalıyor."

## Garanti Teknoloji'den KOBİL'e transfer

Dijital dünya odağında kimlik doğrulama ve bilgi güvenliği çözümleri sunan KOBİL, daha önce Garanti Teknoloji'de çeşitli pozisyonlarda görevler üstlenen Sema Volkan'ı ürün ve iş geliştirme yöneticisi olarak transfer etti. KOBİL'de bankacılık sektöründen sorumlu olacak olan Volkan, yazılım geliştirme, BT hizmeti ve operasyon yönetimi, dijital dönüşüm, müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) ve iş analizi gibi alanlarda önemli tecrübelere sahip. Mimar Sinan Üniversitesi Matematik Bölümü'nden 1992 yılında mezun olan Sema Volkan, işletme yüksek lisans programını Yeditepe Üniversitesi'nde tamamladı. Garanti Teknoloji'den önce TEPUM Ltd'de yazılım uzmanı ve EGS Bank'ta PC sistemleri destek birimi direktörü



olarak görev yaptı. 17 yılı aşkın bir süre çalıştığı Garanti Teknoloji'de ise sırasıyla Osmanlı Bankası bilişim sistemleri uzmanı, sistem mimarisi

kullanıcı arayüz uzmanı, kıdemli kalite ve süreç geliştirme iş analizi uzmanı ve dijital bankacılık kıdemli kalite güvence uzmanı görevlerini yürüttü.

## ► Metamorfoz'un Genel Müdürü Ayşegül Topoğlu oldu

Bilişim sektörünün deneyimli ismi Ayşegül Topoğlu, telekom, finans ve yapay zekâ alanında çözümler sunan Ar-Ge ve teknoloji şirketi Metamorfoz'un Genel Müdürlüğüne getirildi. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonometri Bölümü'nden dereceyle mezun olan Topoğlu, 2001 yılında

Yeditepe Üniversitesi'nde MBA eğitimini tamamladı. Vodafone'da tarife yönetmeni, belN'de ürün müdürü ve Doğan Telekom'da bireysel serviser müdürü olarak çalıştı. Ayşegül Topoğlu, kariyerinin son 11 yılını E-Güven Elektronik Bilgi Güvenliği'nde iş geliştirme, satış ve pazarlama direktörü olarak geçirdi.





# GÜNDEM TOPLANTILARI

## Perakende Dünyasında Teknolojik Trendler

12 Haziran

18.30 - 20.30

2018

📍 KWORKS

Perakende sektöründe ivmesini bugüne kadar kaybetmeyen değişim ve gelişim, tüketici alışkanlıklarında ve teknoloji alanında eşi görülmemiş şekilde yaşanmakta olan hızlı gelişmeler ışığında gün geçtikçe artıyor. Teknolojik gelişmeler, iletişimin çeşitlenmesi, değişen müşteri alışkanlıkları, tüketicilerin zaman darlığı ile birlikte ödeme teknolojileri gün geçtikçe önem kazanmakta. Perakende sektöründeki teknolojik trendleri ele alacağımız toplantıda, dijital çağın hızlı, güvenli ve akıllı çözümleriyle tanışmak için gecikmeden yerinizi ayırtın!



☎ 0212 255 32 92



www.psmmag.com

Bilgi ve Rezervasyon: [gundem@gundemmedyagrubu.com](mailto:gundem@gundemmedyagrubu.com)



# DİJİTAL DÜNYADA

**P**

SM Gündem Toplantıları'nın beşincisini, "Dijital Dünyada Müşteri Kraldır" başlığıyla Bankalararası Kart Merkezi (BKM) ev sahipliğinde düzenledik.

BKM Genel Müdürü Dr. Soner Canko'nun moderatörlüğünü üstlendiği toplantının konuşmacıları ise internet ortamında milyonlarca üyeye hizmet veren çok önemli üç kuruluşun tepe yöneticileri oldu. ebebek Genel Müdürü Halil Erdoğan, Biletix Genel Müdürü Kemal Erdine ile BiTaksi ve Getir uygulamaların yaratıcısı Nazım

Salur, hem Canko'nun sorularını yanıtladı hem de dijital çağ ve müşteri konusundaki deneyimlerini, görüşlerini paylaştı.

Dr. Soner Canko, Dijital Çağda Müşteri Kraldır" temalı toplantıyı "Dijital dünyada müşteriyi tartışacağız, müşteri zaten kraldı, daha da kral oldu. Sizin perspektifinizden bu yaklaşımın geldiği noktayı göreceğiz" sözleriyle açtı. Ardından da "Bu konuyu yeni öğrendiğim bir kavramla açmak ve tartışmak istiyorum: Costumonster, yani 'canavar müşteri'. Customer ve monster birleştirilerek bu kavram bulunmuş ve dijital müşterinin yüksek beklentilerini ifade etmek üzere tanımlanmış" dedi...



# MÜŞTERİ KRALDIR!



**DR. SONER CANKÖ**

Bugün burada “canavar müşteri” kavramını konuşmak ve sizlerin bu konuda yaşadığı tecrübeleri öğrenmek istiyorum. Biz de BKM’de farklı müşteri beklentileriyle karşılaşılıyor, bazen şaşkınlığa uğruyor, nasıl cevap vereceğimizi belirlemede zorlanıyoruz. Siz markanızı yönetirken bu tür ilginç müşteri beklentilerini nasıl karşılıyor, nasıl yönetiyor, nasıl çözümlüyorsunuz? ©



**NAZIM SALUR**  
BiTaksi ve Getir Kurucusu

## “DETAYLARDA ÖNE GEÇENİ KİMSE YAKALAYAMAZ”

**D**oğrusu “costumonster” kavramının tam olarak hangi anlamda kullanıldığı hakkında henüz bir fikrim yok. Sanırım olumlu da olabilir olumsuz da... İsterseniz haklı taleplerden başlayalım. Olumlu anlamda bakarsak ne istediğini çok iyi bilen, en iyi hizmeti isteyen ve bunun karşılığını ödemeye hazır müşteri diyebiliriz. Şöyle bir örnek vereyim: Getir, 3 yıldır İstanbul’da yaklaşık 10 dakikada bin ürünü, 7/24 müşterinin kapısına götürülen bir sistem. Bu işi biz başlattık ve müşterimize ortalama 10 dakika uzaklıktayız. Müşterimizin tek yapması gereken, zili çaldığımızda gidip kapıyı açması. Buradan bakınca inanılmaz bir kolaylık yaratıyoruz hayatlarında. Ancak artık bu kolaylık da yetmiyor. Biz bunun çok iyi olduğunu düşünürken alt istekler çıkıyor-ki haklılar. Örneğin müşterimiz bebek bezi sipariş etmiş ama çocuğu uyanmasını diye zilin çalınmasını istemiyor. Kurye kapısına geldiğinde telefonla arasın istiyor. Ancak kuryelerimize müşterilerimizin numarasını vermiyoruz ve 850’li bir numaradan aratıyoruz. Bu hat için de ödeme yapıyoruz. Şimdi yeni bir aplikasyon geliştirdik, müşterimiz zilin çalınıp çalınmamasını sipariş verirken seçebiliyor.

Bir başka örnek: Hijyen ürünlerini evdeki diğer insanların görmemesi için başka bir poşet içinde götürüyoruz. Müşterileri tatmin etmek için artık böyle incelikler, farklı uygulamalar yapmak gerekiyor. Eğer cep telefonundan sipariş verecek kadar iyi bir müşteriniz varsa onun da hakkını vermeniz gerekiyor. Hatta müşterilerden talep gelsin diye beklemek yerine arayıp sormanız gerekiyor.

Yine örneğin Getir’de, müşterimizi sosyal medya hesaplarımız, çağrı merkezimiz, e-posta gibi yedi farklı kanaldan dinliyoruz. Bunların hepsi tek bir merkezde toplanıyor. Bununla yetinmedik ve Getir’i en çok kullanan 50 müşterimizi ofisimize davete ettik. Çoğu geldi ve yaklaşık 3 saatlik bir toplantı yaptık. Ne istiyorlar, daha iyi nasıl oluruz konularında çok öğretici başlıklar çıktı. Müşteriyi dinlemek gerekiyor, basit dediğiniz bir şeyi bile uygulamanıza eklediğinizde totalde büyük fark yaratabiliyorsunuz.

Şöyle düşünmek lazım: 70 bin TL’ye de otomobil satılıyor, 300 bin TL’ye de... Sonuçta ikisi de aynı sayıda insan taşıyor ve pahalı olan beş misli hızlı gitmiyor. Peki neden biri 70, diğeri 300 bin lira? Çünkü binlerce detayda daha iyi. Koltuğu daha ergonomik, silceği daha iyi çalışıyor, motoru daha sessiz vs... Müşteri işte bunun için daha fazla para ödemeyi kabul ediyor. Kısaca dijital dünyada da minik yüzlerce detayda önde olursanız rakipler sizi hiçbir zaman yakalayamaz.

**Dr. Soner Canko:** Dijitalin en güzel tarafı bu, müşteriyi sürekli dinlemek ve müşterinin beklentisini sonuna kadar devam etmek. Verdiğiniz örneklerle gelince, kendimden biliyorum; kayıvalidem 84 yaşında ve bir şeye ihtiyacı olduğunda Getir’den her şeyi sipariş verebiliyor. Kendine güvenini artırdınız.

**Nazım Salur:** Aslında 8 yaşındaki çocuk da Getir’den sipariş verebiliyor, 88 yaşındaki yaşlı da... Bu başarabiliyorsanız iyi bir şey yapmışsınız demektir.

**Dr. Soner Canko:** Haklısınız. Deyimi de 7’den 77’ye değil, 8’den 88’e çevirmek lazım artık. “Canavar müşteri” benim açımdan dijital dünyada beklentisi yüksek, interaktif ve öğrenen müşteri demek. Anne adaylarına dönersek Halil Bey, ebebek çatısı altında müşteri beklentileriyle ilgili neler yaşıyorsunuz?





**HALİL ERDOĞMUŞ**  
ebebek Genel Müdürü

## “BİZDE MÜŞTERİ YOK ‘BEBEVEYN’ VAR”


Bizim lügatımızda müşteri kavramı yok; “bebeveyn”e alıştık kendimizi. Bebekleriyle ilgili araştırarak bilgilenen, bilgilenerken alışveriş yapan kitleye “bebeveyn” diyoruz. Biz de onlara hizmet sunan rehberleriz. Böyle bir anlayışımız var. Bizde satış danışmanı da yok, bu iş yapanların unvanı “bebekolog”... Çünkü satıştan önce, satın almaya yardımcı olacak rehberlik hizmeti bizim için önemli. Aslında bunu biz icat etmedik. Üzerimizde zaman içinde dışları biraz daha bilen “canavar bebeveynler” bizi bu hale getirdi, geliştirdi. Oldukça yol aldık ama henüz doktora tezimizi yazdırmıyorlar, profesörlük için daha çok yolumuz var. Gerçekten etrafta size geri bildirim vermeye hazır yüz binler var ve siz de buna açkınsanız, yavaş yavaş akmaya başlıyor. Dinleme yollarını açtığınızda geri bildirimler geliyor ve bunlar sizi eğitmeye devam ediyor. Bu konuda kısa bir süre önce yaşadığımız bir örneği vereyim: Şubat ayında çok önemli bir kampanyamız vardı. Büyük bir indirimle sadece bizim ithal ettiğimiz oldukça pahalı bir akülü bebek arabasını satışa sunduk. O kadar satmışız ki tüm stoğumuz bitmiş. Ancak son satılan üründe sorun çıkmış. Kullanılmayı engellemese de o kadar çok parayı verdikten sonra tabii ki kusursuz olmasını beklersiniz. Biz de müşterimize “Efendim paranızı hızlıca iade edelim” demişiz. Karşı tarafı “Ben para istemiyorum, bu ürünü istiyorum. Siz bu ürünün ithalatçısıysanız 2 yıl süreyle yedek parçalarını buldurmak zorundasınız” diyor. Müşterimize büyük jestler yapmışız ama ikna olmamış ve ısrarla ürünü istiyor. Bize yaşayı hatırlattığı anda irkildik. Evet haklı, biz o ürünün yedek parçasını temin etmemişiz, en azından o parçası yok. Çok uzun bir yazışma ve görüşme trafiğinin ardından, bize çok pahalıya patlasa da o ürünü Kore’den

getirttik. İşte bu olay bize çok önemli ve değerli bir ders oldu.

Bu tür geri bildirimler bizleri daha sorumlu olmaya itiyor. Örneğin, bundan sonraki ithalatlarımızda yedek parça konusunda daha dikkatli davranacağız. Bunlara bugüne kadar hep açık olduk. 25 yıl kadar önce bir Amerikan perakende devinin kurtuluşunu anlatan bir kitap okumuştum. Şirketin yönetimini devraldığı gün her mağazaya kendi boy resmini astırıp altına da telefon numarasını yazdıran genel müdürün hikayesini...

**Dr. Soner Cankö:** Çok cesur bir davranış, sizden de bekliyoruz...

**Halil Erdoğan:** Hayır, ben fotoğrafımı ve telefon numaramı koymam ama ebebek müşterilerinin tamamı çözülmediğine inandıkları bir sorunları olduğunda genel müdüre ulaşabileceklerini biliyorlar. Ben de bundan çok keyif alıyorum. Bu nedenle de ekibim “Müşteri sorunu Halil Bey’e taşmasın” diyerek mutlaka bir çözüm bulmaya çalışıyor. Bu da bütün organizasyonun parçalarına işliyor. İşte bu yüzden geri bildirimleri çok değerli buluyoruz.

**Dr. Soner Cankö:** ebebek kurulu 17 yıl olmuş. 17 yaşında bir e-ticaret perakendecisinin hala 17 günlükmiş gibi kendisini rehavete kaptırmadan bu kadar hassas olması takdire şayan. Sonuçta Getir, çok daha genç bir dijital perakendeci. Onların hızı ve heyecanıyla sizinkini kıyasladığımızda, Getir nasıl 7 kanaldan açıksa siz de 7/24 açık olarak ilginç bir örnek verdiniz. Şimdi Kemal Bey’e dönelim, efendim sizin işiniz daha da zor... 



**KEMAL ERDİNE**  
Biletix Genel Müdürü

## “BİZ ÜRÜN DEĞİL DENEYİM SATIYORUZ”

**E**vet, bizim durumumuz daha da enteresan. Bildiğiniz gibi uluslararası bir gruba bağlıyız. Bu nedenle şanslı olduğumuz bir nokta var; diğer ülkelerdeki şirketlerin yöneticileriyle yılda bir kez bir araya geliyor ve birbirimizin deneyimlerini dinliyoruz. Bir diğer farkımız da ürün değil deneyim satıyoruz. Deneyim, tüketicinin bizim internet sitemize gelmesiyle başlıyor, örneğin konserden çıkıp evine varıp yatağına yatmasıyla bitiyor. Bu süreç oldukça uzun bir zamanı kapsıyor. Hatta 3-4 aya varabiliyor. Biz işte o aradaki dönemden sorumlu hale geliyoruz. Yasal olarak böyle miyiz tartışılır. “Sadece bilet satıyoruz, etkinlik iptal olduğunda biletin parasını iade ederiz olur biter” olmuyor maalesef. Tüketicinin bu deneyimi başından sonuna kadar bir mükemmeliyet içinde yaşaması için elimizden geleni yapıyor ve buna odaklanıyoruz. Bu da şu demek: Her sesi dinlemek zorundayız; bizimle alakalı olsun ya da olmasın...

6-7 yıl önce dünya çapında yeni bir programa geçtik ve ilk uygulayan ülke biz olalım istedik. Bu program her türlü kaynaktan gelen bilgiyi, talebi bir platformda toplayıp birleştiriyor. Bu “öğreten sistem” sayesinde bize ulaşan müşterilerimize doğru cevabı bulup verebiliyoruz.

Az önce konuştuğumuz “canavar müşteri” kavramına gelince... Açıkçası ben bu tabirden pek hoşlanmadım. Nereden bakarsanız bakın “canavar” çok olumlu bir kavram değil. Bunun yerine “yaratıcı müşteri” demek istiyorum. Neden? Çünkü sorun yaratmıyor; size yöntem, hizmet ve kalite artışı getiriyorlar. Aslında sizin işinizi sizden daha çok düşünüyorlar. İşte az önce sözünü ettiğim sistem saye-

sinde yaratıcı müşterilerden gelen geri dönüşlerle hatalarımızı çok kısa sürede fark edip değiştirmeye çalışıyoruz. Ayrıca tüm tüketici taleplerini tek tek okuyorum. Çok iyi bir müşteri hizmetleri departmanımız olduğunu düşünüyorum ama bizimle aynı fikirde olmayan müşterilerimiz olması da doğal. Yasal olarak haklı olmasa da müşteri memnuniyetini atlamamak için, bazen maliyeti de üstenecek sorunu çözmeye çalışıyoruz.

**Dr. Soner Canko:** Sanırım yorum yapmayan, geri bildirimde bulunmayan müşteri en fenası. Geçmişten bize kalan güzel bir söz var: Mutsuz 1 müşteri 10 kişiye söyler, mutlu ise yakınındaki 1-2 kişiye... Bu anlamda, sizin tabiriyle yaratıcı müşteri, iletişime geçtiği sürece bizler için gerçekten bir fırsat, velinimet. “Canavarın” sevimsizliğine gelince... Bizim jenerasyon için sevimsiz olabilir ama genç kuşaklar için oldukça sevimli. Oyuncak reyonundaki canavarları düşünün...

## “MÜŞTERİ HER ZAMAN HAKLI DEĞİLDİR!”

**Nazım Salur:** Dediğim gibi, customster’ı ilk kez burada duydum. Hem olumlu hem olumsuz anlama gelebileceğini düşünerek öyle bir tespitte buldum. Ardından telefonumda küçük bir araştırma yaptım nasıl kullanıldığıma dair. Şöyle bir saptama var: Customster’lar markaların en küçük hatasını bile abartıyor; sosyal mecralar üzerinden nefret söylemleriyle diğer kullanıcıları da kızkırtarak saldırıya geçiyor. Eğer anlamı buysa biz bunu sevmiyoruz, bu müşteriyi istemiyoruz. Haklı talepleri olan müşteriye karşı boynumuz kıldan ince. Bize de geçmişte “müşteri her zaman haklıdır” diye öğrettiler. Aslında bu istatistik kuralına uymuyor. Çünkü milyonlarca insan her zaman haklı, siz her zaman haksız olamazsınız. Müşteri çoğunlukla haklıdır ama içlerinde çok az sayıda da olsa haksızlar olabilir. Eğer nefret söylemiyle yaklaşıyorsa, bizim markamıza ya da çalışanımıza hakaret ediyorsa o müşteriyi memnun etme zorunluluğumuz yok.

Örneğin sosyal medyada ismini belirtmeden istediğini yazma hakkını kendilerinde görebiliyor, hele de takipçi sayıları fazlaysa markalara karşı haksız taleplerde bulunabiliyorlar. Bunu hakkaniyetli görmüyorum. Tabii ki hakkaniyet içindeki şikâyetlere karşı boynumuz kıldan ince. Ama bir taraftan da sosyal medyayı kötü niyetle kullananlar var. Bu yüzden tüketiciye her türlü tavizi vermek doğru değil.

**Halil Erdoğan:** Ben aslında müşterilerin de bizim sosyal medyaya aracılığıyla yaptığımız geri bildirimlere ihtiyacı olduğunu düşünüyorum. O geri bildirim vermediğinizde alanlarını biraz daha genişletip “saldırı özgürlüğünü” kullanmaya başlıyorlar. Örneğin bir süre önce bir müşterimizin, sosyal medyadan çok ağırına giden şekilde hakaret ettiğini gördüm. Ben de o kişiye “Belli ki sizi çok mutsuz etmişiz. Ancak sizi bu duyguya itecek kadar ne yapmış olabiliriz” diye sordum. O ağır hakareti eden kişi bir anneymiş ve iki saat boyunca sitemizden alışveriş yapamadığını söyledi. Araştırdık, herhangi bir sorun olmadığını gördük. Sonra o hanımefendiyi takibe aldım ve tarzını değiştirdiğini gördüm.

**Dr. Soner Canko:** Dijital dünyada başarıya ulaşmış yerel bir perakendeci, nefret söylemleri nedeniyle 44 kişiye dava açmak zorunda kalmış. Mahkemeye gitmesini gerektirecek kadar ağır nefret söylemleri bunlar. Bu davalardan üçünü kazanmış, biri halen devam ediyor. Mahkemeye verdiği kişilerin yaşı 13-18 arasındaymış. Örnekler farklı olabilir ama şunu vurgulamak istiyorum: Dijital dünya insanlara kendisini ifade etme imkanı veriyor, siz de müşterilerinizi velinimet olarak görüyorsunuz. Ancak bu özgürlük alanı dikkatli yönetilmesi gereken bir konu. Hepinize bu noktada kolaylıklar diliyorum.

Bir sonraki konuya geçelim isterseniz... Az önceki konuşmalardan anladığım kadarıyla hepimiz sosyal medyanın aktif kullanıcılarıyız. Sosyal medyada elin taşın altına konulduğu güzel örnekler dinledik. Diğer ortak yanımızda hepinizin hassas olması. Örneğin Nazım Bey'in, stok seviyesini çok sıkı takip ettiğini, ürünlerle ilgili cep telefonuyla yakın iletişim içinde olduğunu çok iyi biliyorum. Dünya ortalamasının üstünde telefona dokunan bir girişimci... Halil Bey müşteri şikayetleriyle ilgili, özellikle hızlı geri dönüş konusunda tanıdığım en hassas kişi. Bu ortak noktalarınız sayesinde hepiniz markalarınızda ve bireysel olarak müşterideki değişimi çok yakın izliyor, gözlemliyorsunuz. 17 yıl önceki müşterilerinizin beklentisiyle bugünküler arasındaki farkı çok iyi görüyorsunuz.

Müşteri beklentilerindeki değişim için artık 17 ay bile yeterli. O dönem yaşadıklarınızla bugünküler arasında ne gibi farklar var anlatır mısınız? Dijital perakendecilikle müşteri alışkanlıkları, beklentileri nereden nereye geldi?

**Halil Erdoğan:** 17 yıl önce ödeme altyapımız için sadece tek bir bankanın POS'unu kullanabiliyorduk. Kredi kartıyla taksit uygulaması başlamıştı ama e-ticarette kullanılamıyorduk. 2002'nin ilk aylarında taksit yapmaya başladık. Çünkü müşterilerimiz talep etmeye başlamıştı. Hatta şöyle bir dayatma vardı: İnternette alışveriş yaparsan kredi kartıyla yaparsın, havale olmaz. Ancak bunun yanlış, sert bir duruş olduğunu gördük. Kısa süre içinde hem taksitli alışverişe başladık hem de havale kabul etmeye... Ancak bugün havale sistemini tercih etmiyoruz. Çünkü internette kredi kartı kullanımıyla ilgili tüketicilerin güven sorunu giderildi. Ardından da alışveriş sayısının hızla arttığını gördük.

2010'larda daha farklı ve yeni ödeme sistemleri hayatımıza girdikçe biz de kullanmaya başladık. Tüm bunlar tüketici ihtiyaçları sonucu ortaya çıktı ve siz o özgürlüğü verdiğinizde talep görüyor. Ancak tüm bu değişiklikleri, müşteri tatmini var mı yoksa gereksiz iş mi yapıyoruz penceresiyle de değerlendiriyoruz. Örneğin, artık Masterpass sürecine girdik; insanlar kredi kartı bilgilerini paylaşmadan alışveriş yapmanın güveni yaşıyor.

## "İŞLERİN YÜZDE 97'SİNİ DAHA YAPAMADIK"

**Nazım Salur:** 5 yıl önce BiTaksi'yi kurduğumuzda taksicilerin çok azının akıllı telefon sahibi olduğunu gördük. Düşünün, mobil bir uygulama yapıyorsunuz ama taksicilerde telefon yok. Bunun üzerine taksicileri akıllı telefon sahibi yapmak üzere bir kampanya başlattık. Hatta başlarda bize üye olanlara telefonu bedava verdiğimiz. O dö-



nemde data çok pahalıydı, onun da faturasını biz ödedik. ATM'lerin geldiği dönemleri düşünün, 30 yıl önce... Gışeden para çekenler hemen bu yeni kanala hücum etmedi ama savaşı ATM'ler kazandı. Kredi kartları hayatımıza girdiğinde de az sayıda varlıklı kişi kullanıyordu, şimdi herkeste var. Bu değişimler zaman aldı ama dijitaldeki değişim çok daha hızlı yaşıyor. Dolayısıyla başarılar da çok hızlı elde edilmek zorunda. Çünkü başarısızlık da çok hızlı geliyor. Yanlış bir iş yaptıysanız kendinizi çok çabuk ringin dışında bulabiliyorsunuz.

Dijitalde bugün oturduğunu, geliştiğini düşündüğümüz bazı değişiklikler bizi yanıltabilir. 5 yıl sonra bugüne baktığımızda "geri kalmış zaman" olarak görme olasılığımız yüksek. Bugün kullandığımız yöntemlerin, teknolojilerin eski olduğunu düşüneceğiz. Kısacası yakın gelecekte bizi birçok değişiklik bekliyor. 20 yıl sonra bugüne baktığımızda mobil uygulamaların, ödemelerin yüzde 3'ünü bile kullanmadığımızı göreceğiz. Yani işlerin yüzde 97'si hala yapılmayı bekliyor. Bence çok fazla yenilik hayatımıza girecek. Bazılarını tahmin edebiliyoruz, bazılarını edemiyoruz. Onları düşünmemiz için birkaç seviye daha aşmamız gerekiyor. O seviyeye geçince manzaranın tamamını görüp ona göre yol haritasını belirleyeceğiz.

Günümüzde artık mobil telefon hayatın kumandası haline geldi. Almanya'da yapılan bir araştırmada, gençlerin telefonlarıyla günde sadece 2 kez konuştukları ortaya çıkmış. Gençler daha az telefon açıyor, işlerini, iletişimlerini mesajlarla sağlıyor. Eşine mesaj yazıyor, hesabına bakıyor, borsayı takip ediyor, taksi çağırıyor, yiyecek sipariş ediyor, çocuğu için alışveriş yapıyor... Bu da artık web işinin bittiğini gösteriyor. Artık işlemlerin yüzde 60-70'i mobilden yapılıyor.

**Kemal Erdine:** Bizde de işlemlerin yüzde 75'i mobilden yapılıyor...

**Nazım Salur:** Bu tabii büyük bir fırsat. Mobilde müşterinizle çok daha özel ilişki kurabiliyor, nerede olduğunu biliyorsunuz. Ancak bunların hepsini küçük bir ekrandan yapmak zorundasınız. Yani bir dizüstü bilgisayarın ekranını cep telefonuna sığdırmanız gerekiyor. Ancak birçok internet şirketinin eski alışkanlıkları telefona kaydırmaya çalıştığı için başarılı olamadığını görüyoruz. Oysa mobil kendi alışkanlığını yaratıyor. Uygulamaları bir mücevherci tütüzlüğüyle yapmanız, kullanıcı kolaylığı getirmeniz gerekiyor. Kısa



cası birçok şirket, web sitesi işine devam etmeyebilir. İşte bu yüzden hem Getir hem de BiTaksi'de web kullanımı yok. Aslında BiTaksi'de denedik ama kullanım oranı yüzde 2'yi bile geçmedi. Yani artık e-ticaret değil "dijital ticaret" ya da "direkt ticaret" diyeceğiz. Bugün gelişmiş ekonomilerde yüzde 15-18'ler konuşuluyor ama dijital ticaret yüzde 50'ye geldiğinde geleneksel ticarete "eski ticaret", "yerel ticaret" gibi isimler takacağız. Bugün yapılan klasik ticaretin önüne de bir takı konulacak diye düşünüyorum...

**Kemal Erdine:** Mesela retro ticaret...

## "VİTRİNLERİN YERİNİ TELEFONLAR ALDI"

**Dr. Soner Canko:** Biraz önce söylediğiniz gibi, akıllı telefonlar hayatın uzaktan kumandası oldu. İşin ürktücü yanı, kehanetiniz doğru çıkar ve eğer şu anda yapmamız gerekenlerin yüzde 3'ünü yapmışız, 97'si bizi bekliyorsa burada geçirdiğimiz her dakika aleyhimize işliyor demektir. Dolayısıyla hemen işlerimizin başına geçmemiz lazım. 5 yıl önce "masaüstü ölecek, mobilin oranı yüzde 75'lere gelecek" deseydik kimse inanmaz, gülerdi. BKM olarak açıkçası sizlerden çok şey öğrendik. Örneğin, BKM Express'in doğum sancılarını ebebek'le beraber yaşadık. "Tek tuş olmadan iş yapamayız" dediniz, tek tuş yaptık. Biletix'te yurtdışıyla anlaşmak ve global bir firmanın beklentilerini karşılamakta zorlandık ama birlikte başardık. En iyi dostlarımız olarak sizlerle beraber böylesine güzel işler yapıyoruz. Son olarak Kemal Bey'e sözü vereyim, sizde de keyifli eğlenceli değişim anıları vardır herhalde...

**Kemal Erdine:** 20'nci yüzyılın karanlığı yeni bitmiş, 21'inci yüzyıla girmişken... Şaka yapıyorum tabii! 2000 yılının mayıs ayında Biletix kuruldu. Aradan 18 yıl geçmiş, Biletix kurulduğunda e-ticaret dediğimiz Türkiye'de biraz el yordamıyla gidiyordu. Bir web sitemiz vardı ama kredi kartı kullanımı sınırlı olduğu için perakende satış noktaları ve çağrı merkezimiz yoğun olarak kullanılıyordu. Çağrı merkezinden satış yapıyor, biletleri perakende noktalarından teslim ediyorduk. Şimdi çok değişti. Evet hala nakit alışveriş yapanlar var ama profile baktığımızda gençler daha çok mobile kayıyor. Bu noktada şanslıyız; mal teslim etmediğimiz için hizmeti direkt mobile yönlendiriyoruz. Müşterimiz cep telefonuna gelen barkodu kullanarak işlemini yapabiliyor. Keşke her şey bu kadar kolay olsa. Her işimizi mobilden yapmamıza rağmen hala Türkiye'de vergi mevzuatı nedeniyle Maliye damgası taşıyan bir belgeyi iletmem gerekiyor.

**Dr. Soner Canko:** E-fatura kullanmıyor musunuz?

**Kemal Erdine:** E-faturaya geçtiğimizden beri bir şekilde rahatladık ama yine de benim bunu size bir şekilde iletmem gerekiyor. Uzun süredir Maliye Bakanlığı ile çalışıyoruz. Çok yakında cep telefonunuza gelen bir kod e-bilet olacak, harika bir gelişme bu. Bakın kiosklerden bilet sattığımız dönemlerden buralara geldik. Sadece birkaç bilet satmış olsak da WAP teknolojisini bile kullandık... Uzun süredir dördüncü nesil uygulamalarımızı kullanıyoruz. Gelişen teknolojilere, taleplere uygun olarak uygulamalarımızı sürekli güncelliyoruz. iOS ve Android altyapılarına uygun uygulamaları sürekli geliştirip piyasaya sürüyoruz. Buna karşın web sitemiz de hala kullanılıyor. Örneğin ben



web sitelerini tercih ediyorum. Demek ki benim gibi insanlar hala var ki web siteleri talep görmeye devam ediyor. Kullanılan her yazılıma, cihaza dönük ürünler geliştirdik geçmişimizde. Windows, Blackberry uygulamasını yapmış nadir şirketlerden biriyiz. Ancak dediğiniz gibi artık hayat mobil üzerinden akıyor. Pahalı olanlarının yanı sıra ucuz akıllı telefonlar da var. 86 yaşındaki annem de kullanabiliyor...

**Nazım Salur:** Anneniz Getir'i kullanıyor mu?

**Kemal Erdine:** Getir'i annem için ağabeyim kullanıyor. Ben de işyerim için kullanıyorum. İşin gerçeği dijitalleşme yolunda büyük bir değişim var. Bizim beklentilerimize göre 10 yıl sonra her şey çok daha farklı olacak. Hatta şöyle söyleyeyim, ben emekli olduğumda muhtemelen artık nakit satış bitmiş olur diye düşünüyorum.

**Nazım Salur:** Biz zaten şimdiden nakitle satış yapıyoruz, çünkü öyle bir sistemimiz yok. Hatta kapıda kartla ödeme de yok...

**Dr. Soner Canko:** Kemal Bey çok güzel örnekler verdi, dijital dünyada artık çok daha kısa sürelerde ve kolay unutuluyoruz. Örneğin WAP bankacılığı denildiğinde tüylerim diken diken oldu. Üstelik WAP'ı geliştirmiş bir bankacı olarak... Son 18 yılı, sanki yüzlerce yıl öncesini konuşmuşuz gibi güzel örneklerle yad ettik. Yakın tarihteki değişime bakıp gelecekle ilgili bizi ne kadar büyük iş beklendiğini görmüş olduk. Konuşmacılarımızın son değerlendirmelerini alalım artık. Nazım Bey söz sizde...

**Nazım Salur:** İsveç gibi bir ülkede 2.5 milyar dolar değeri olan startup'lar var. İsveç 8 milyon nüfuslu bir ülke, Türkiye ise 80 milyon... 10 misli daha fazla nüfusa sahibiz ama bizde İsveç'teki startup'ın yüzde 1'i yok. Bunun önünü açmak lazım. Mobilde ve finansal startup'larda Türkiye'nin önü çok açık. Bazı konularda öncüyüz, lideriz. Örneğin bankacılığın hızı, teknolojik bankacılık konusunda çok iyi yerlerdeyiz. Yıllarca Amerika'da yaşadım. Döndüğümde buradaki tüketiciye yönelik bankacılık hizmetinin çok ileride olduğunu gördüm. Özel sağlık hizmetlerinde de çok iyiyiz, başka ülkelerden insanlar tedaviye geliyor. Dünyaya dizi film ihraç ediyoruz. Turizmde birinci sınıf ülkeyiz, çok güzel tesisler işletiyoruz. THY dünya çapında işler yapıyor. Bu alanlara yenilerini eklememiz lazım. Mobil üzerinden geniş kitlelere hizmet verebilecek startup'lar çok güzel örnek olacaktır. Ülkeyi yönetenler bu fırsatı görür, hep birlikte bu sektörün önünü açarsak, önümüzdeki 10 yıl içinde küçük sermayelerle çok ilginç başarı hikayeleri çıkarabiliriz.

**Dr. Soner Canko:** Son sözü Halil Bey'e bırakıyorum...

**Halil Erdoğan:** BKM belirli konularda önderlik ederek özellikle ödeme sistemlerindeki yatırımcıların bir basamak, güç noktası oldu. Nazım Bey'in belirttiği girişimciler için de aynı görevi üstlenecektir. Ben kısa zaman içinde gerek internette gerek mobilden göz ve yüz tanıma, parmak iziyle işlemlerin yapılacağını düşünüyorum. Hatta bu alanda çalışmalar başladı bile. Fayda üreten, katma değer üreten her türlü yeniliğin BKM sayesinde hızlandırılacağına inanıyorum.



## “GÜNDEM MEDYA GRUBU’NA TEŞEKKÜRLER”

**Dr. Soner Canko:** Bu güzel toplantıya, bilgi paylaşımına vesile olan PSM dergisine, Gündem Medya Grubu'na teşekkür ederim. Onlar önyak oldu, biz de ev sahipliği yaptık. Açıkçası kendi adıma çok zihin açıcı, eğitici, öğretici bir sohbet yaptığımızı düşünüyorum. Birbirinden değerli bilgilerinizi büyük bir cömertlikle, açık yüreklilikle paylaştığınız için hepimize çok çok teşekkür ediyorum. Umarım bu bilgiler paylaştıkça çoğalacak, ülkemize faydalı olacaktır.

Perakendeciliğin dijital dünyadaki şu kısa geçmişi bile bizleri tebessüm ettiren, çok hızlı değiştiren örneklerle dolu. Ve biz dijital dünyadaki perakende müşterilerine dair çok şey konuştuk. Kendi açımdan sektörü ve şirketimi mercek altına aldığım da ise örneğin, “Bay Bay Nakit” sloganıyla ülkedeki nakit kullanımının azalmasına, tüketicilerin işinin kolaylaşmasına vesile olmaya çalıştık. Daha çok yolumuz var. 2023'te, Türkiye Cumhuriyeti'nin yüzüncü yılında “nakitsiz ödemeler toplumu” hedefine ulaşmak istiyoruz. BKM Express olarak bu noktada kart kullanımı güvenliğinin önündeki engellerin kalkması için diğer markalarla beraber sizlerin hayatını kolaylaştırıp bu hedefe katkıda bulduysak ne mutlu bizlere.

Son olarak Nazım Bey'in söylediklerine referans olması adına, FinTech İstanbul'un destekçisi olarak girişimcilere önemli katkılar sağlıyoruz. Sizleri dinlerken birçok not aldım, ödevlerimi çıkardım, bir yandan da içim huzur oldu, arkadaşlarımla beraber sizlerin bu yorumlarınıza yol açacak güzel işler yaptığımızı hissettim. Ayağımıza ağzımıza sağlık, sağ olun var olun. ☺

# “REGÜLASYONLAR DEĞİŞİR TOSHIBA’NIN MÜŞTERİYE YAKLAŞIMI DEĞİŞMEZ”

TGCS, İstanbul’da düzenlediği “Toshiba Connect” etkinliğinde yeni yazarkasalarını, kasiyersiz kasa uygulamalarını, yeni yazılımlarını ve çok kanallı perakendeciliğe yönelik çözümlerini tanıttı. Şirketin

Türkiye’de geliştirdiği GeniusOPEN da tanıtılarak, bu çözümünün bölgedeki diğer gelişen pazarlara taşınması ele alındı. PSM’ye konuşan TGCS Başkan Yardımcısı Thomas Buchholz, Türkiye’deki yeni nesil ÖKC dönüşümünü de yorumladı...



Thomas  
Buchholz

**T**oshiba’nın Yeni Zelanda, MEA (Ortadoğu, Afrika), Asya ve Türkiye’den oluşan GMU bölgesindeki iş ortakları, “Toshiba Growth Market 2018” etkinliği için İstanbul’da buluştu. Conrad Hotel’de 3 gün süren etkinlikte, 15 ülkeden yaklaşık 150 çözüm ortağı ve TGCS (Toshiba Global Commerce Solutions – Toshiba Küresel Ticaret Çözümleri) çalışanı ağırlandı.

Toshiba Küresel Ticaret Çözümleri Başkan Yardımcısı Thomas Buchholz ile etkinlikte görücüye çıkarılan yeni ürün ve hizmetlerin yanı sıra Toshiba’nın Türkiye’deki faaliyetlerini, plan ve stratejilerini konuştuk...

## Önce Toshiba Global Commerce Solutions’ın Türkiye’ye ilk ne zaman, hangi ürünlerle ve nasıl geldiğinden başlayarak kısa bir tarihçe bilgisi alabilir miyiz?

Aslında Türkiye’deki faaliyetlerimiz IBM Türk ve IBM Türk’ün sadece perakende sektörüne hizmet vermesi için kurulan alt şirketi POS A.Ş. ile 1993 yılında başladı. 2012 yılında ise Toshiba Corporation, küreselde IBM’in pera-

kende iş birimini satın alarak TGCS şirketini kurdu ve perakende sektörüne çözüm sunmaya başladı. Bu doğrultuda POS A.Ş. de bir TGCS şirketi olarak 2012 yılından bu yana sektöre hizmet sunmaya devam ediyor. Türkiye’ye sunduğumuz yeni ürünümüz ise 2015 yılında duyurduğumuz Toshiba 4610-2NF ödeme kaydedici cihaz oldu.

## “Toshiba Connect Growth Market 2018” etkinliği için buradaydınız. Biraz da bu toplantının içeriğinde bahsedebilir misiniz? Ne tür yenilikler paylaşıldı?

Önce Toshiba için “gelişen pazar” (growth market) bölgesini biraz açmak isterim. Şirketimizin küresel organizasyonu içerisinde Çin, Kore, Vietnam, Filipinler gibi Asya ülkelerini; Avustralya, Yeni Zelanda, Ortadoğu, Afrika bölgesini ve Türkiye’yi kapsayan çok geniş ve gelişmekte olan bir bölgeden, büyük bir ekosistemden bahsediyoruz. Gelişen pazarlar bölgesindeki çözüm ortaklarımız için “Toshiba Connect” adı altında yılda bir kez etkinlik düzenliyoruz. Bu yıl etkinliğin iki ana odak noktası vardı. İlki, iş ortaklarımızla bir araya gelip, onlarla enerji ve dinamiz-

mimizi paylaşarak yeni ürün ve stratejilerimizi duyurmak-  
tı. Çünkü iş ortaklarımızı bir araya getirdiğimiz bu tür et-  
kinliklerimiz, sektörde yaşanan gelişmeleri aktarmak için  
güzel fırsat oluşturuyor. İkinci olarak ise bu yıl Türkiye’de  
gerçekleşen bölge toplantımızda yeni yazarkasalarımızı,  
kasiyersiz kasa çözümlerimizi, yeni yazılımlarımızı ve çok  
kanallı perakendeciliğe yönelik çözümlerimizi tanıttık.

### **Türkiye pazarına yönelik değerlendirmenizi alabilir miyiz?**

14 yıldır Türkiye’yle çalışıyorum. O yüzden Türkiye’nin  
perakende sektörüne çok aşinayım ve takip ediyorum.  
Türkiye’de perakende sektörü öncü ve ekonomiyi canlı  
tutan sektörlerden biri. Türkiye’deki genç ve hızlı büyü-  
yen nüfusun da perakendeye olumlu etkilerini görüyoruz.  
Bence Türkiye’de perakende sektörü güncelci yakalıyor ve  
yenilikler sunmaya devam ediyor. Türkiye pazarını inovasyon  
bakış açısından yorumladığımızda perakende sektörü  
büyük yeniliklere imza atıyor. Bu yüzden büyüme potansiyelinde ve inovasyonda öncü bir role sahip.

### **Yeni nesil ÖKC (ödeme kaydedici cihaz) geçiş sürecini Türkiye’de nasıl yönettiniz? İlgili regülasyon değişiklikleri POS A.Ş’nin işini nasıl etkiledi? Mevcut müşterilerinde ve pazar payında bir değişim oldu mu?**

Bulduğumuz tüm ülkelerde faaliyetlerimizi devletlerin  
bize sunduğu yasal çerçeve içerisinde yürütüyoruz. Dev-  
letin politikaları ve ihtiyaçları doğrultusunda hareket edi-  
yor, ürünlerimizi de regülasyonlara göre geliştiriyoruz. Bir  
ürünün geliştirilmesi neredeyse iki yıl sürüyor. Dolayısıyla  
regülasyonlardaki değişiklikler bizi olumsuz etkileyabili-  
yor. Türkiye’de yeni nesil ödeme kaydedici cihaz yönetme-  
liği değiştiğinde biz de buna uygun bir ürün geliştirdik ve  
2015 sonunda pazara sunduk. Sonrasında yönetmeliklere  
getirilen erteleme ve değişikliklerle birlikte biz de planla-  
rımızı revize etmek durumunda kaldık. Sonuç olarak bu  
geçiş sürecini iyi yönettiğimizi; mevcut müşterilerimizin  
yeni nesil ödeme kaydedici cihazlara geçişlerini tamamlayıp,  
yeni projelere ve farklı çözümlere odaklandığımızı söyleyebilirim.

Türk tüketicisinin genel eğilimine baktığımızda, ödeme-  
lerin büyük bir kısmı nakit üzerinden gerçekleşiyor. Kartlı  
ödemeler, Apple Pay, WePay gibi alternatif ödeme yön-  
temlerinin burada yaygınlaşması için biraz daha zamana  
ihtiyaç var. Diğer pazarlarla kıyaslandığında Türkiye’nin  
bu anlamda biraz çekimser olduğu görülüyor.

Ödeme sistemleriyle ilgili regülasyonlarda bazı de-  
ğişiklikler olmasını bekliyoruz. Bu değişiklikler muhtemelen  
günlük yaşantımızdaki ödeme şekillerimizi değiştirecek.  
Biz de tabii ki ürünlerimizi bu değişikliklere göre düzen-  
leyip sektördeki liderlik pozisyonumuzu korumaya devam  
edeceğiz.

Bu zorlu aşamada bizim için en pozitif gelişme, yeni siste-  
me geçiş olsun veya olmasın, kurulumunu yaptığımız  
müşterilerimizin bizimle çalışmaya devam etmesi oldu.  
Biz de bu sırada eski envanterdeki eski yazarkasaları ye-  
nileriyle değiştirdik. Regülasyonlar değişse bile müşterile-  
rimize yaklaşımımız ve onlarla olan ilişkimiz hiçbir zaman  
değişmedi.

Müşterilerimizi her zaman ilk sırada tuttuk. Bu yüzden



anlaşmamızdaki bazı maddeleri işleme almadık. Şimdi  
geriye dönüp baktığımda doğru kararı verdiğimizizi dü-  
şünüyorum, çünkü kendimizi onlardan uzaklaştırmadık.  
Aksine envanterimizin şişmesi pahasına müşterimizi ilk  
sıraya koyduk.

Pazar payı ve müşteri portföyümüzü incelediğimizde ise  
yazarkasalarda payımızı artırdık. Küresel olarak inceledi-  
ğimizde faaliyet gösterdiğimiz tüm ülkelerdeki pazar bü-  
yüme oranı yüzde 7. Bu oranda olmasa da Türkiye’de de  
pazar bir miktar büyüdü. Toshiba olarak biz ise EMEA  
bölgesinde yüzde 26 büyüme sağladık. Maliyeti daha dü-  
şük ve yazarkasayla ilgili yükümlülüklerin bulunmadığı  
başka pazarlara da girmek istiyoruz. Bu yüzden tanıttığımız  
yeni ürünler bu tarz sektörlerin de işini kolaylaştıracak  
şekilde tasarlandı.

### **GeniusOPEN çözümü özelinde neler söylemek istersiniz? Türkiye’nin çözümler tarafında bölgeye hizmet vermesi mümkün mü, buna yönelik planlar var mı?**

GeniusOPEN, Türkiye’de geliştirilen bir program. Uzun  
süredir Türkiye’deki yerli ve yabancı perakendeciler tara-  
fından da kullanılıyor. Bu ürünümüzü bölgesel pazara da  
sunmaya çalışıyoruz. Bunun için yoğun bir işgücü, zaman





ve tabii ki yatırım ayırdık. Öncelikli olarak Ortadoğu'da Dubai ve Suudi Arabistan'a ulaştırmayı planlıyoruz. Tercüme gibi yerelleştirme işlemlerinin birçoğu tamamlandı. Grafik arayüzü için de farklı bölgelerin farklı ihtiyaçlarına uygun olarak geliştirmeler devam ediyor. Kampanya ve promosyon yetenekleri çok zengin, CRM, ödeme sistemleri gibi pek çok farklı uygulamayla çok esnek bir yapıda entegre olabilen bir platform GeniusOPEN. Toplamımızda çözüm ortaklarımıza GeniusOPEN'i tanıttığımız bir oturumumuz da oldu. GeniusOPEN'i eşsiz kılan bir özelliği de çok modern olması. Perakende sektöründeki diğer programlara baktığımızda motorlarının ve mimarilerinin çok kırılğan olduğunu görüyoruz. Sektördeki uygulamaların çoğu 16 veya 32 bit mimari üzerinde çalışırken GeniusOPEN 64 bit mimarisinde çalışıyor ve aynı zamanda Java tabanlı bir uygulama. Bu da hem Linux hem de Windows işletim sistemine sahip cihazlarda çalışabilmesi anlamına geliyor. Elbette Windows için geriye dönük uyumluluğu var fakat 32 bit bir programın çalışması için birçok işlemin yapılması gerekiyor. GeniusOPEN 64 bit olduğu için böyle bir ihtiyacı bulunmuyor. Sektördeki büyük oyuncuların çoğunun ürününde Java tabanlı uygulamalar kullanılırken, GeniusOpen'un buna bağımlı olmaması ürünümüzü diğerlerinden farklı kıyor. GeniusOPEN ile ilgili öncelikli planımız, ürünü bölgeye ulaştırıp bölgenin ilgisini çekmek. Şu anda anlaşma aşamasında olduğumuz bazı firmalar var.

### Perakende sektörünün dijitalleşmesiyle değişen müşteri beklentileri, teknoloji firmalarının buna hazırlığı konusunda neler söylemek istersiniz?

Elbette bir farklılık var. Çünkü sektörler her zaman bir değişim içerisinde. Tüketici tarafından baktığımızda iki temel değişim alanı görüyorum. Şu anda daha genç olan ve milenyum dediğimiz bir kuşak var. Bu kuşak daha çok self-servis anlayışına sahip. İlk değişim alanı eve teslimatta

görülüyor. Diğer ülkelere baktığımızda Türkiye'de eve teslimat alanının daha da gelişeceğini görüyoruz. Giyim sektörü ve özellikle mağazalar, self-servis alanında büyük kolaylıklar sunuyor.

Bu alanda büyük yatırımlar yapılıyor. Japonya'da eğer büyük bir şehirden sipariş verirseniz 4 saat içerisinde kargonuz size ulaşıyor. Çin'de aynı gün teslimat imkanı sunuluyor. Bu gelişmeler düşünme şeklimizde bile devrimsel değişikliklere yol açıyor. İkinci alansa self-servis. Mağazalarda farklı deneyimlere sahip olmak isteyen müşteri sayısı gün geçtikçe artıyor. Tüketiciler artık yalnızca mağazaya girip bir şey alıp çıkmak istemiyor, hizmetin kendilerine gelmesini istiyor. Mobil cihazlarından gelişmeleri takip etmek istiyor. Gördüğüm kadarıyla Türkiye'deki mağazalar ödeme ve self-servis anlamında inovasyonlara ihtiyaç duyuyor. Artık öyle markalar var ki 2-3 parça kıyafet alıyor, onları deniyor ve clinizde eşyalarla mağazadan ayrıyorsunuz. Ödeme, RFID etiketleri sayesinde otomatik olarak gerçekleşiyor ve böylece beklemenize gerek kalmıyor. Bu da Hong Kong'da uygulamasını yaptığımız tamamiyle yeni bir yöntem.

GeniusOPEN'in bu trendleri ülkelere ulaştırabilecek özellikleri bulunuyor. Tabletlerde çalışabiliyor olması sayesinde bir mağazada satış görevlisine destek sağlayarak müşterilerine çok daha detaylı bilgiler sunmasını ve böylece müşterilerinin mağaza deneyiminin kişiselleşmesini sağlıyor.

### E-perakende (mobil ve e-ticaret) kullanımının artmasını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Mobil ve e-ticarete yönelik çözümlere yaptığımız yatırımlar artarak devam ediyor. Ancak müşterilerin fiziksel mağazaya ihtiyacı her zaman devam ediyor. Hatta sadece internet üzerinden satış yapan perakendeciler bile mağaza açmaya başladı.

Tüketicilere farklı alışveriş deneyimi sunmak için e-ticaret ile fiziksel mağazaları birleştirerek "click and collect", eve teslim ve otomatik iade gibi hayatı kolaylaştıran hizmetleri uygulamaya başladık. ☺

# Petro Canada'nın yeni kart sistemini Verisoft kurdu

Verisoft, 2013 yılında temassız kart altyapısı kurup, anında kart basımı ve kart kişiselleştirme hizmeti verdiği Petro Canada ve Quatro Canada şirketleri için üstlendiği yeni projeyi de Mayıs ayında teslim etti...



**V**erisoft, ödeme sistemleri sektöründeki 30 yılı aşkın tecrübesiyle dünya çapında projeler üstlenmeye devam ediyor. Şirket, son olarak Kanada'nın en büyük akaryakıt istasyonları zinciri Petro Canada'nın temassız kart kişiselleştirme sistemini kurdu. Söz konusu proje, Mayıs 2018'de Quatro Canada'nın kart üretim merkezinde Verisoft tarafından devreye sokuldu.

Aslında bu projenin geçmişi 2013 yılına dayanıyor. Petro Canada, manyetik şerit teknolojisiyle çalışan kartlarını temassız teknolojiye geçirmek için 2013 yılında Verisoft ile temasa geçmiş. İki şirket birlikte NFC özellikli yeni kartla-

rın tasarımını yapmış. Kısa bir süre içerisinde ilk 300 bin kart Türkiye'de üretilerek, Petro Canada'nın Kanada'daki müşterilerinin kullanımına sunulmuş. Aynı yıl Petro Canada'nın kart kişiselleştirme sistemi de yine Verisoft tarafından Toronto'da devreye sokulmuş. Quatro Card Technology, Verisoft PowerEMV merkezi sistemiyle Petro Canada için kart üretimini üstlenirken, şirketin merkezinde anında kart üretimini sağlayan InstantEMV sistemi ise Verisoft tarafından kurulmuş.

2018 başında yeniden Verisoft ile anlaşan Quatro Canada, üretim hızını ve kapasitesini artırmak için aldığı en son model Matica kart basım sistemini işletmek için PowerEMV yazılımını sipariş etti. Nisan sonunda gelen cihazlar Verisoft ve Matica elemanları tarafından kurularak Mayıs 2018'de üretime başladı.

## 7 ŞİRKETİYLE 5 KİTADAKİ MÜŞTERİLERİNE ÇÖZÜM SUNUYOR

Merkezi İstanbul'daki Yıldız Teknopark'ta bulunan Verisoft, ürün ve çözümlerini ABD, Kanada, İngiltere, Slovakya, Bosna-Hersek ve Dubai'deki ofisleriyle dünya çapındaki müşterilerine sunuyor. Bu şirketlerden Verisoft Canada Inc, Toronto'da; Verisoft Americas Inc, Irvine California'da; Verisoft EU, Londra'da; Verisoft SK, Bratislava'da; Verisoft BH, Saraybosna'da; Verisoft ME ise Dubai'de faaliyet gösteriyor.



### Temassız, ön ödemeli oto yıkama kartları

Sert iklimiyle yoğun kar yağışı alan Kanada'da kışın yolları açmak için atılan tuzlar taşıt araçlarının gövdelerinin kısa sürede çürümmesine neden oluyor. Bu yüzden de Kanadalılar sık sık araçlarını yıkatmak zorunda kalıyor. İşte Petro Canada, ön ödemeli temassız oto yıkama kartları da üreterek istasyonlarında pazarlıyor. Kanada'nın en büyük petrol zincirinin kartlarının arkasında ise yüzde yüz Türk sermayeli bir firma olan Verisoft bulunuyor.

1500 akaryakıt istasyonu ile lider olan Petro Canada'nın, 45 milyar dolar piyasa değeriyle de Kanada'nın en büyük firmaları arasında yer aldığı da belirtelim. ☺

# Ortadoğu ve Afrika bölgesinde FİNANSAL SİSTEME katılım



AHMET ALPTEKİN

Ortadoğu ve Afrika ülkeleri finansal sisteme katılımında dünya ortalamasını yakalamak üzere. Hızlı ve olumlu değişimler yaşayan, teknoloji ithal eden bu ülkeler, Türk teknoloji firmaları için önemli fırsatlar barındırıyor. Özellikle de ticaret yasasında değişiklik yapacağını duyuran Birleşik Arap Emirlikleri...

**P**SM'nin sevgili editörü Abdullah Çetin'in "seamless payments" kavramı için "ödemelerin görünmezliği" tercümesini "sürtünmesiz ve akıcı ödemeler" alternatifine tercih etmesinin üzerinden 1 ay geçmeden ona yeni bir iş çıkarıyorum. Bu yazıda size Ortadoğu ve Afrika pazarlarındaki "financial inclusion" veya "finansal sisteme katılım" hakkında bilgi vereceğim... Dünya Bankası geçmişte yaptığı araştırmaları, yoksullukla mücadelede finansal sisteme katılımı etkin bir yöntem olarak belirlemiştir. Diğer bir deyişle insanların dijital finansal servislere erişimlerinin artmasıyla gelirlerinin artması arasında doğru bir ilişki vardı. Böylece 2011 yılında dünya genelinde finansal sisteme katılımı ölçmeye başladılar. Her 3 yılda bir tekrarlanan araştırma raporları dünya kamuoyuyla paylaşılıyor. Son rapor Nisan 2018'de yayınlandı. Sadece raporu değil, araştırma verilerini de paylaşıyorlar. Bu vesileyle Dünya Bankası'nın Finansal Sisteme Katılım Araştırması Direktörü Aşlı Demirgüç Kunt'u, bu önemli görevinden dolayı gururla tebrik edelim.

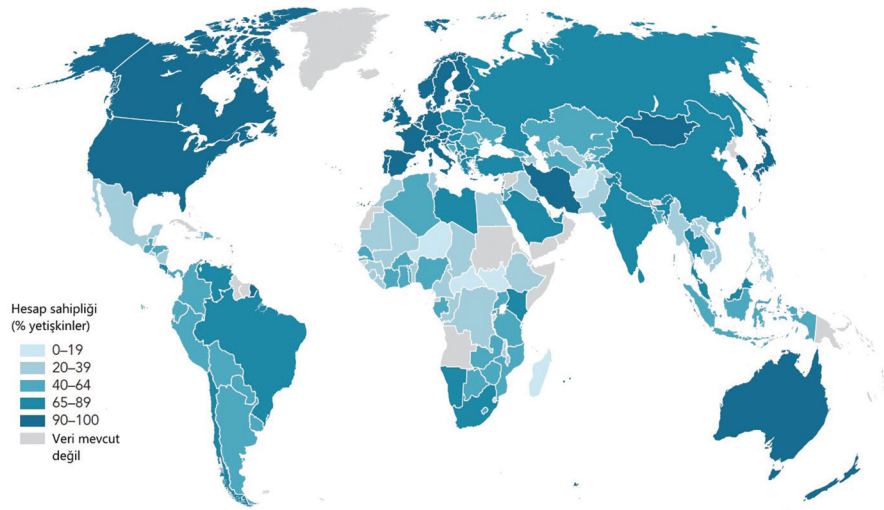
## Ülkelerin finansal sisteme katılım karnesi

Ortadoğu ve Afrika ülkeleri, finansal sisteme katılımında dünya ortalamasını yakalamak üzere. Dünya ortalamasına göre, yetişkinlerin yüzde 69'u bir dijital hesaba sahip. Ge-

nelleştirip basitleştirirsek; ya bir bankada ya da bir mobil telefon operatöründe finansal işlemler için kullanabildikleri bir hesapları var. Bu oran Afrika ve Ortadoğu bölgesinde yüzde 67.

Afrika'da insanlar daha hızlı bir ivmeyle finansal sisteme katılıyor. Bu da doğal çünkü henüz gelişmekte olan bir bölge. Gerek Afrika gerek Ortadoğu'da finansal sisteme katılımında yüksek performans gösteren ülkeler var. Afrika'da yetişkin nüfusun finansal sisteme en fazla katılımı olan ülkeler Mauritius, Namibya, Güney Afrika, Libya ve Kenya. En hızlı gelişme gösteren ülkelerse Gine, Nijer, Madagaskar, Kamerun, Burkina Faso, Senegal ve Mısır.

Ortadoğu'da ise finansal sisteme katılımın en yüksek olduğu ülkeler İran, Bahreyn, BAE (Birleşik Arap Emirlikleri), Suudi Arabistan ve Kuveyt. "Katar ve Oman niye yok" diye soracak olursanız haklısınız. Çünkü Katar ve Oman, Ortadoğu'nun önde gelen ülkeleri. Listede yoklar çünkü 2014 yılından beri Dünya Bankası'nın araştırmasına veri göndermiyorlar. İstatistiklere o nedenle yansımıyorlar. Ortadoğu'nun en hızlı gelişme gösteren ülkeleri ise Irak ve Pakistan. Irak yeniden yapılanmada yol aldığı sinyallerini veriyor. Pakistan'da ise regülasyondaki uyarıların olumlu etkileri rakamlara yansıyor. Finansal sisteme katılım oranı Ortadoğu ve Afrika yüzde 67 iken Türkiye'de yüzde 69; dünya ortalamasıyla aynı.



Global Hesap Sahipliği Haritası

Kaynak : Global Findex Veritabanı



### Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki yeni fırsata dikkat!

Yukarıdaki ülkelerde hızlı ve olumlu değişimler yaşanıyor. Gelişiyorlar, büyüyorlar, ticaret hacimleri artıyor. Teknoloji ithalatı yapıyorlar. Bu ülkelere Türk teknoloji firmaları ne kadar ilgi gösterirse o kadar başarılı projeler çıkaracaklardır. Ancak bu operasyonun Türkiye'den yürütülmesi etkin olmayacaktır. Bunun birkaç sebebi var. En önemlisi yerleşme talepleri. Büyüyen ülkelerin en büyük ihtiyacı dış yatırım ve istihdam. Bu iki taleplerine cevap verildiği ölçüde yabancı işbirliklerine kucak açıyorlar. Mevcut ortamda BAE ve Suudi Arabistan Ortadoğu ve Afrika bölgesinde iş yürütmek için en elverişli iki ülke. İki somut gelişme vererek mesajımı değerlendirmenize sunayım.

İlk gelişme, BAE, mevcut ticaret yasasında değişiklik yapacağını duyurarak teknoloji üreten firmalara kollarını sonuna kadar açtı. Yabancıların şirket sahibi olmasının yolunu açıp, ülkede iş yapacaklara 10 yıllık vize verilmesi için harekete geçildi. Yürürlükteki düzenlemeye göre ülkede serbest bölgeler haricinde şirket kurmak için en az bir emirlik vatandaşının yüzde 51 sahipliğinin olduğu bir ortaklık gerekiyor. Serbest bölge şirketlerinin ise bazı limitasyonları var. Örneğin anakara şirketlerine fatura kesmemek gibi... Yeni düzenleme bu gerekliliği ortadan kaldıracak. Yıl sonundan önce yeni kanunun uygulamaya konulması kararlaştırıldı.



İkinci gelişme, DenizBank'ın BAE'nin en büyük bankalarından ENBD tarafından satın alınması oldu. Türk bankacıları BAE'de daha sık göreceğimiz zamanlar yakındır. Sadece bankacılar değil gençler, girişimciler, Ortadoğu ve

Afrika pazarına girmeye niyetlenen Türk şirketler, BAE'yi ciddi olarak değerlendirecektir.

9.5 milyon nüfuslu BAE'de 1.1 milyon emirlik vatandaşı yaşıyor. Kalan 8.4 milyon (neredeyse ülkenin yüzde 90'ı) çalışan insanlar ve ailelerinden oluşuyor. Bunların içinde Türkler 15 bin civarında bir nüfusa sahip. Diğer bir bakış açısıyla Türk girişimciler, Afrika ve Ortadoğu pazarına yatırım yapmıyor. Distribütörlerle, yerel ortaklarla iş yürütmeye çalışıyorlar. Bu yaklaşımın en doğru model olduğunu düşünmüyorum. Mevcut gelişmeler Türk şirketlerin Ortadoğu ve Afrika stratejilerini gözden geçirmelerinin zamanının geldiğini gösteriyor.

BILL & MELINDA  
GATES foundation



### Ortadoğu ve Afrika'da ödemeleri şekillendiren ilk 3 trend

Finansal sisteme katılım konusuna geri dönelim. Dünya Bankası'nın bu alandaki projesine mali destek veren kuruluşların başında Bill ve Melinda Gates Vakfı geliyor. Bill ve Melinda Gates Vakfı'nın ana amaçlarında biri yoksullukla mücadele. Bu mücadelede finansal sisteme katılımın artırılmasını strateji olarak belirlemişler. Herhangi bir değeri artırmak için önce ölçmek, sonra da değeri değiştirecek faktörleri tetiklemek gerekiyor. Vakfın yolları Dünya Bankası ile ölçüm hususunda keşişiyor. Finansal sisteme katılımı artırma hedefinde ise yollarının keşiştiği firma Mastercard... ▶



Selim Ergöz

Ortadoğu ve Afrika bölgesinin merkezi olan Mastercard Dubai ofisinde 10 Türk çalışıyor. Önemli görevlerde bulunanlar arasında Türkiye ödeme sektörünün tanıdığı isimler var: Elçin Yanık, Mete Güney...

Mastercard ekibine 2018 yılında Selim Ergöz de katıldı. 2016 yılından itibaren Visa'nın BAE, Katar ve Pakistan genel müdürlüğü görevini yürütüyordu. Öncesinde Visa Rusya'da ürün yönetiminin başındaydı. Oraya da Citibank'dan gelmiş olduğunu öğrendim. Körfez ülkelerinde üst düzey yönetici bankacılar da bir Citibank ekolü



göze çarpıyor ama bu başka bir araştırma konusu...

Selim Ergöz Alman Liseli, Boğaziçi Üniversitesi bilgisayar bölümü mezunu. İki çocuk babası. İlginç bir hobisi var; Osmanlı posta tarihi, posta damgaları, eski Türk kartpostalları ve efemera koleksiyoneri. Mastercard'daki görevi küresel projeler.

Selim Ergöz ile finansal sisteme katılımı konuştuk...

### Merhaba Selim. Önce ödemeler sektöründe neler yaptığınıza dair bilgi verebilir misiniz?

Mastercard, "Nakitsiz Bir Dünya" vizyonu ile, tüm dünyada ödeme alışkanlıklarını değiştiriyor. Hükümetler, finans kurumları, işletmeler ve tüketiciler için milyonlarca ödemeyi güvenli, basit ve hızlı hale getirme amacıyla her gün dünya genelinde teknolojisini ve uzmanlığını kullanıyoruz. Yarım asırlık inovasyon ve teknoloji geçmişimiz, faaliyet gösterdiğimiz pazarlardaki yerel finansal ekosistemlerin büyüme ve gelişimini şekillendirmemize olanak sağlıyor. Bu da bizi global ödemeler sektöründe itici bir güç haline getiriyor.

İş felsefemizin en önemli kısmını da "işimizi iyi yapmak, iyilik yapmak" oluşturuyor. İşte bu yüzden, inovasyon gücümüzü dünyada hizmet ulaşmayan bölgelerin büyüme modeline fırsat yaratmak üzere kurguladık. Bu alanda yaptığımız işin önemli bölümünü, nüfusunun büyük kısmının finansal araçlara erişemediği bölgelerde yürüttüğümüz "finansal sisteme katılım" çalışmalarını oluşturuyor. Sunduğumuz çözümler ve hayata geçirdiğimiz programlar vasıtasıyla kadınların, çiftçilerin, KOBİ'lerin ve yeterli hizmet alamayan toplulukların güçlenmesine yardımcı oluyoruz. Onları finansal bağımsızlıklarını kazanacakları, işlerini büyütecekleri ve milli ekonomiye katkıda bulunabilecekleri araç ve teknolojilerle donatıyoruz.

Ben Dubai'de global bir pozisyonda, para transferleri üzerine çalışıyorum. Mastercard olarak daha önce kart ödemeleri için yaptığımızı artık kişiden kişiye ve işletmeden işletmeye ödeme akışlarında da uyguluyoruz. Bu tür, kişi ve kurumlar arası ödemeleri daha modern yapacak, süreci herkes için daha iyi, daha hızlı ve daha ekonomik hale getirecek sistemler üzerinde çalışıyoruz.

### Faaliyet gösterdiğiniz coğrafyalarda ödemeler sektörünü şekillendiren yeni trendler neler?

Ortadoğu ve Afrika'da sürdürülebilir büyümeyi ve gelişimi teşvik etmek için dijitalleşme, bölge yönetimlerinin uzun vadeli planlarının temelini oluşturdu. Bu dijital dönüşümden, özellikle de birbiriyle bağlantılı 3 trendden ödemeler sektörü çok etkilendi.

İlki, akıllı girişimler, nakitsiz toplumların yaygınlaşması yönünde muazzam bir fırsat yarattı ve bu da bölgedeki elektronik ödemelerin benimsenmesini hızlandırdı.

İkincisi, dijital yaşam tarzlarının yaygınlaşması ve birbirine bağlı cihaz sayısındaki artışa bağlı olarak elektronik ödemelere duyulan güven arttı.

Üçüncüsü de elektronik ödemelerin daha geniş bir kitle tarafından kabul görmesi, tüketicilerin yeni ve yenilikçi ödeme teknolojilerine güvenmeye başlaması, kimlik doğrulaması için daha pratik, daha sorunsuz ve daha güvenli yöntemler bulunması ihtiyacını doğurdu. Tüketicilerin bu ihtiyaçları doğrultusunda, Mastercard şifrelerin kullanımını tamamen ortadan kaldıracak biyometrik teknolojisini



kullanmaya başladı. Bu, müşterilerimizin ödeme işlemlerini geçerli kılmak için hatırlaması zor şifreler yerine parmak izi, yüz tanıma gibi kendilerinde zaten olanı kullandıkları bir sistem.

Aslında yakın zamanda Kuveyt Ulusal Bankası ile iki öncü biyometrik çözüm devreye aldık. İlki "identity check" yani Türkçesiyle kimlik kontrolü; Kuveyt vatandaşlarına ve burada yaşayanlara online işlemlerinde yenilikçi bir kimlik doğrulama yöntemi sunuyor. İkinci ürünümüzse bir biyometrik kart. Bu kart, üzerinde bulunan parmak izi sensörüyle mağazada ödeme yaparken ek bir güvenlik katmanı sağlıyor.

### **Gözlemlerinize göre 2018-2019'da sektörünüzde öne çıkan yenilikler ne olacak?**

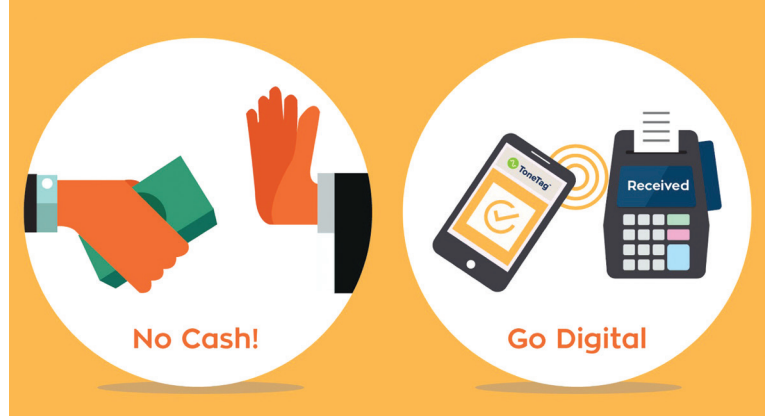
Tüketici deneyimlerine sağladığı zengin ve eyleme dönüştürülebilir katkılarla yapay zeka, makina öğrenmesi ve veri analizi gibi teknolojilerin ödemeler sektörünün geleceği üzerinde derin bir etkisi olacaktır. Mastercard'da ödemelerin güvenliğini artırmak için bu teknolojileri ağımıza entegre ettik bile. Buna örnek olarak Ortadoğu ve Afrika genelindeki kapsamlı karar verme ve dolandırıcılık tespit servisimiz olan "Decision Intelligence"ı gösterebiliriz. Yapay zeka teknolojilerinden yararlanan bu sistem, finansal kurumların gerçek işlemlere gerçek zamanlı onay verilmesindeki hata payını en aza indiriyor ve hatalı olmayan işlemlerin geçersiz sayılma oranını düşürüyor.

### **Bugünlerde Dünya Bankası finansal katılım araştırması sonuçlarını açıkladı. Ortadoğu, Afrika, Pakistan ve Türkiye'yi kapsayan MEAPT bölgesi ile Senegal, Mısır ve Irak, finansal katılım konusunda kaydettikleri gelişmeyle öne çıkıyor. Bu Mastercard için şartıcı bir sonuç muydu ya da bu olumlu sonucun arkasında iyi uygulanmış bir plan var mıydı?**

Mastercard'da farklı bir bölge dağılımı anlayışımız var. Türkiye, Avrupa bölgesinde, hızlı büyüyen Avrupa pazarları arasında yer alıyor. Ortadoğu ve Afrika Bölgesi ise Güney Afrika'dan Körfez ülkelerine kadar 69 farklı ülkeyi kapsıyor. Bunların içinde Mısır, cep telefonu sahipliğindeki yüksek oranla geleceği kucaklamaya daha hazır bir profil çiziyor. Bu da Mastercard'a inovatif çözüm ve teknolojileriyle finansal sisteme katılımı teşvik edebileceği harika bir ortam sunuyor. Bu değişimin Mısır vatandaşlarına pozitif katkılar sunması ve finansal açıdan kapsayıcı bir büyüme için Mısır hükümeti ve sektörün kilit oyuncularıyla sıkı bir işbirliği içindeyiz. Mısır'daki kamu ve özel sektör kuruluşlarıyla işbirliği içinde yürüttüğümüz bu dijital program National ID aracılığıyla 54 milyon vatandaşın, yani nüfusun yaklaşık yüzde 65'inin finansal sisteme katılımını sağladık. Ayrıca Mısır hükümetinin 4.6 milyonu aşkın Mısırlı çalışanın maaş ödemelerini dijital olarak yapabilmesi için destek verdik.



Mastercard için Ortadoğu ve Afrika bölgesindeki en büyük zorluklar neler? Elektronik ödemeler inanılmaz bir hızla yükselişte olsa da Ortadoğu'da hala nakit paranın hakimiyeti sürüyor. Perakende ödemelerinin büyük bir kısmı hala nakit olarak yapılıyor. Biz bunu nakitsiz dünya hedefimize ulaşmak için bir fırsat olarak görüyoruz. Tüm bu nakit işlemleri banka veya kredi kartı ya da cep telefonu gibi çözümlerle elektronik ödemeye dönüştürebiliriz. Ayrıca bugün hükümetler de nakdin maliyetini ve risklerini anlamış durumda. Bu yüzden de nakitsiz toplum için gereken adımları atıyorlar. Bu da Mastercard'ın global ağını ve teknolojik uzmanlığını yerel ödeme sistemlerinin büyümesi için kullanabilmesine olanak sağlıyor.



### **Mastercard için Ortadoğu ve Afrika bölgesindeki en büyük zorluklar neler?**

Mastercard'ın geçen yıl Ortadoğu ve Afrika bölgesinde hayata geçirdiği en başarılı proje neydi? Aslında geçen yıl bölgede birkaç başarılı projemiz oldu. Bunların her birinin de yerel halk için olumlu ve anlamlı katkıları oldu. Çok yeni olarak, Unilever ile stratejik ortaklığımızı bir adım öteye taşıdık. Afrika ve diğer bölgelerdeki mikro girişimcilere, işlerini büyütürken karşılaştıkları, nakitle ilgili zorlukların üstesinden gelebilecekleri "Jaza Duka" adımı verdiğimiz bir çözüm sunduk. Kenya'da şu anda aktif olarak kullanılıyor. Bu çözüm Unilever'in dağıtım verilerini ve Mastercard analizlerini buluşturuyor. Bu analizler sonucu ortaya çıkan yorum ve önerilerle de küçük mağaza sahipleri de mikro krediye erişim imkanlarını öğrenmiş oluyor. Benzer şekilde Uganda'daki M-KOPA ile de el ele verdik. Güneş enerjisini kullanmaya teşvik eden ve Afrika'daki milyonlarca elektriksiz evin aydınlanmasını sağlayacak Masterpass Quick Response teknolojimiz şu anda pilot aşamasında.



### **Mastercard'ın geçen yıl Ortadoğu ve Afrika bölgesinde hayata geçirdiği en başarılı proje neydi?**

www.psmmag.com | 33

# İCAT FABRİKASI



Prof. Dr.  
Mesut Güner

280'i Ar-Ge, 102'si de kuluçka olmak üzere 382 firmanın faaliyet gösterdiği Yıldız Teknopark'ta şimdiye kadar 2 bin 900 projeden 2.5 milyar TL civarında gelir elde edildi. Yıldız Prototip Atölyesi'nde, F16 simülatöründen bel fitiği tedavisinde kullanılan traksiyon cihazına, 3D yazıcıdan hidrolik preslerde silindir kısmını korumak için kullanılan körüğe pek çok yenilikçi ürün üretiliyor...

ABDULLAH  
ÇETİN

**Y**ıldız Teknopark, 2009 yılında, İstanbul Esenler'deki Yıldız Teknik Üniversitesi Davutpaşa Kampüsü'nde faaliyete başladı. 2014 yılı sonunda 23 bin 500 metrekarelik İkitelli Yerleşkesi'nin de hizmete girmesiyle birlikte teknopark, 148 bin metrekarelik alanda 12 binaya ulaştı. Yıldız Teknopark bünyesinde bugün 280 Ar-Ge, 102 kuluçka olmak üzere 382 firma faaliyet gösteriyor. 7 binden fazla kalifiye Ar-Ge personeliyle kendini "Türkiye'nin teknoloji üssü" olarak konumlandıran Yıldız Teknopark, Türkiye'nin en büyük teknoloji geliştirme böl-

gesine ve en büyük kuluçka merkezine ev sahipliği yapıyor. ABD'deki Silikon Vadisi'nin ilk Türk kuluçka merkezi olan Starcamp'de de Yıldız Teknopark imzası var. Yıldız Teknopark Genel Müdürü Prof. Dr. Mesut Güner, "Beş üniversiteyle işbirliği yaparak kurduğumuz Starcamp ile başta Yıldız Teknopark ve Yıldız Kuluçka olmak üzere bütün firmalara ve girişimcilere yenilikçi ve teknolojik ürünlerini uluslararası pazarlara taşıma ve ihracatı artırma fırsatı sunuyoruz. Bu kapsamda mentorlük hizmeti sunuyor, hızlandırma programları yapıyor, soft-landing programları, sanal ofis ve aktif ofis hizmetleri sağlıyoruz" diyor.



### Yıldız Prototip Atölyesi ile üretim desteği

Yıldız Teknopark, fikirlerini gerçeğe dönüştürmek isteyen firmaların, YTÜ akademisyen ve öğrencilerinin projelerine “Yıldız Prototip Atölyesi” ilk üretim desteği de sunuyor. Atölyenin sahip olduğu gelişmiş üretim olanakları, girişimcilerin projelerini somutlaştırmalarına yardımcı oluyor. Güner, şimdiye kadar 74 projenin yürütüldüğü ve iki firmanın ticarileştiği atölyede halen üzerinde çalışılan 37 proje olduğunu açıklıyor.

Yıldız Prototip Atölyesi’nde bugüne kadar üretilenler arasında F16 simülatöründen bel fitiği tedavisinde kullanılan traksiyon cihazına, 3D yazıcıdan hidrolik preslerde silindir kısmını korumak için kullanılan körüğe ve Cat6 kablo sarma makinesine kadar birçok farklı ürün bulunuyor.

Prof. Dr. Mesut Güner, bunların yanı sıra öğrenci, araştırmacı ve akademisyenlere şirketleşme desteği, kurumsal yönetim, yatırımcılarla ilişkiler, prototip atölyesi kullanım hakkı, ücretsiz ofis ve girişimci rehberlik programı hizmetleri verildiğini anlatıyor ve şöyle ekliyor: “Ayrıca TÜBİTAK 1512 Teknogirişim Sermaye Desteği Programı kapsamında, 150 bin TL hibe destekli STAR BIGG programını yürütüyoruz.”

### 400’den fazla üniversite-sanayi işbirliği projesi

Yıldız Teknopark, üniversite-sanayi işbirliğine özel önem veriyor. Güner, bu alanda izledikleri stratejiyi şöyle anlatıyor: “Üniversitedeki bilimsel potansiyelin sanayiye aktararak ekonomik değere dönüşmesine katkıda bulunmak ve bölgedeki firmaları Ar-Ge, inovasyon çalışmalarına yönlendirerek, üniversitedeki akademisyen ile sanayici arasında karşılıklı güvene dayalı, sürdürülebilir

işbirliğini sağlamak için çalışmalar yürütüyoruz. İkitelli Organize Sanayi Bölgesi’nde yer almamız da bu amacı destekleyen örneklerden birini teşkil ediyor. Uluslararası işbirliklerinin artırılması ve ihracatın yükseltilmesini de sağlayacak hedeflerimiz yine oluşturduğumuz firma performans karnesi içine dahil edildi. Yıldız Teknopark bünyesinde yer alan teknoloji transfer ofisimiz Yıldız TTO, akademisyenlerle sanayiciler arasında karşılıklı işbirlikleri sağlamayı temel amaç olarak benimsiyor. Yıldız TTO, üniversitemizdeki akademik bilginin, bilimin ve know-how’ın sanayinin ihtiyaçları doğrultusunda kullanılması, ülkemiz ekonomisine olumlu katkılar sağlaması yolunda gerekli platformların oluşturulması için bir arayüz görevi üstleniyor. Yıldız TTO’nun faaliyetleri arasında öne çıkan bölümlerden biri olan üniversite-sanayi işbirlikleri özel önem verdiğimiz başlıklar arasında. Bu konuda bugüne dek Yıldız Teknopark’ta geliştirilen üniversite-sanayi işbirliği proje sayısı 400’ü aşmış durumda.”





### Yıldız Teknopark'ın ihracatı 180 milyon dolara yaklaştı

Peki Yıldız Teknopark ve Yıldız TTO teknoloji ihracatı açısından nasıl bir rol üstleniyor? Girişimcilere, firmalara yurtdışı pazarlara açılma konusunda ne gibi destekler sağlıyor? Prof. Dr. Mesut Güner, bu soruyu da şöyle cevaplıyor:

“İhracat bizim için son derece önemli. Kuruluşumuzdan bu yana gerçekleştirdiğimiz ihracat tutarı 180 milyon dolara yaklaştı. Starcamp örneğinde de olduğu gibi ciddi desteklerimiz var. Ayrıca firmalarımıza destek olması amacıyla her yıl çok sayıda yurtdışı ticari heyet gezisi düzenliyoruz. Son olarak 2018 yılı başında Amerika'ya yaptığımız bir ticari heyet gezisinde firmalarımızdan biri 800 bin dolarlık bir satış yaparak bizleri sevindirdi.”



### “Kuluçka”da en çok yazılımcı ve elektronikçi var

Yıldız Teknopark'ın kuruluşundan bu yana Yıldız Kuluçka'da yer alan startup'ların sayısı 185'e ulaştı. Merkez şu anda ise 102 kuluçka firmasına ev sahipliği yapıyor. Buradaki startup'lar ağırlıklı olarak yazılım ve elektronik sektörlerinde faaliyet gösteriyor. Ayrıca sağlık, bilgisayar ve iletişim teknolojileri, denizcilik, enerji, gıda sanayi, havacılık, kimya, makine ve teçhizat imalatı, medikal, otomotiv ve savunma sanayi gibi alanlarda da faaliyet gösteren startup'lar da var.

Güner, “ıcat fabrikası” olarak nitelendirdiği Yıldız Kuluçka'da girişimcilere kapsamlı bir destekler bütünü sunduklarını söylüyor. Ayrıntılarını da şöyle açıklıyor: “Girişimcilerimize hem ön kuluçka hem de kuluçka programında bulunma imkanı tanıyoruz. Bu programlarda girişimcilere şirketleşme yolunda hukuki, mali ve patent konularında ihtiyaçları olan bütün danışmanlık hizmetlerini sunuyoruz. Ücretsiz ofis, mentorlük, eğitim, ulusal ve uluslararası fonlara yönlendirme, yatırımcı görüşmeleri sağlama, prototip atölyesi kullanımı gibi destekler sunarak şirketlerini büyütmelerine yardımcı oluyoruz.

Bu yıl kuluçka merkezimizin sosyal olanaklarını artırmaya ve fiziki alanlarını geliştirmeye yönelik çalışmalara odaklandık. Bu konuyla ilgili bir İSTKA projesi yazdık. Projeimizin hayata geçmesi durumunda, Yıldız Kuluçka mevcut gelişmiş olanaklarını çok daha ileri taşıyacak. Ayrıca yıl içerisinde Yıldız Teknopark olarak yarışmalar düzenleyerek girişimcilere para ödülü, Yıldız Kuluçka'da yer alma fırsatı ve ABD'deki Silikon Vadisi'nde bulunan Starcamp ofisimizde hızlandırma programından yararlanma gibi imkanlar sunacağız.”

### “Teknoparkta görev yapan öğretim üyeleri teşvik edilmeli”

Prof. Dr. Mesut Güner'den Türkiye ve dünya genelindeki girişimcilik ekosistemini karşılaştırmasını istediğimizde şu

## YILDIZ KULUÇKA'DAN ÇIKAN BAŞARI HİKAYELERİ

### Miops Smart

Yıldız Kuluçka firmalarından Miops Teknoloji'nin geliştirdiği Miops Smart, kamera ya da flaşları tetikleyerek, fotoğrafların refleksleriyle yakalamasının çok zor olduğu yüksek hızda anlık olayları fotoğrafıyabilen bir cihaz. Bu cihaz sayesinde savunma, güvenlik ve medya sektörlerinde çalışan profesyoneller başta olmak üzere pek çok kişi ve kuruma çözüm sağlanıyor. Örneğin, NASA roket kalkışını, ABD ordusu bomba infilak anını Türkiye'de geliştirilen Miops Smart ile fotoğrafılıyor.



Onur Çelik

Yılın Kadın Girişimcisi birincilik ödülü, Kadın ve Demokrasi Derneği (KADEM) tarafından düzenlenen "İnovasyonda Kadın" organizasyonunda derece, TÜBİTAK Kadın Girişimcilik'te 2016 yılı birincilik ödülü ve Boğaziçi Üniversite-si Fikir Kategorisi ikincilik ödülü.

### Ferge Mühendislik

Teknogirişim desteğiyle kurulan Ferge, 1.2 milyon TL değerinde değerlemeye ulaşarak 300 bin TL yatırım aldı. İkinci tur yatırım almaya hazırlanıyor. Ürünü birçok fabrikada kullanılmaya başladı.



Fatih Erdoğan

### Vivosens

Vivosens'in geliştirdiği taşınabilir ölçüm cihazı, hastalıkların tanısını zaman ve mekandan bağımsız şekilde laboratuvar kalitesinde sunmayı amaçlıyor. İlk aşamada büyükbaş hayvan çiftliklerinde kullanıma sunulan cihaz, daha verimli süt alınmasını ve alınan sütlerin kaliteli olmasını hedefliyor. Nihai amaçsa cihazı insanların kullanımına sunmak. İnsan sağlığının kullanımına sunarken, enfeksiyon hastalıkları, bulaşıcı hastalıklar, bakteri tanılarını, vitamin ve kanser testleri üzerine çalışılması hedefleniyor.



Miray Uçar



### Atek Mikroalga

Yüksek frekanslı entegre devre (RFIC/MMIC) tasarımı ve üretilmesi konusunda çalışmalar yürüten Atek, Şubat 2017'de kurulmasına rağmen 8 ay içerisinde 1.3 milyon TL ciro yaptı.

### Biolive

Zeytin çekirdeğinden ve çeşitli biyoatıklardan biyoplastik madde üreten Biolive, Vestel Ventures'tan 2 milyon TL üzerinde değerlemeyle yatırım aldı. Plastiklere inovatif, teknolojik ve sağlıklı çözümler sunan Biolive, aynı zamanda geliştirdiği teknolojiyle gıdaların raf ömrünü uzatıyor. Biolive katıldığı yarışmalardan birçok değerli derece elde etti. Bunlardan bazıları şöyle: Yıldız Teknopark ve Yıldız Teknik Üniversitesi IEEE Öğrenci Kulübü işbirliğiyle düzenlenen Yıldızlı Projeler Yarışması'nda Startup Kategorisi birincilik ödülü, 2017 Global Clean Tech Open ABD Los Angeles'ta İleri Malzeme uluslararası birincilik ödülü (TÜBİTAK Türkiye), Otomotiv İhracat Birliği (OİB) Proje Pazarı Kompozit Teknolojileri birincilik ödülü, 2017 Kadir, Garanti Bankası ve Ekonomist



Duygu Yılmaz

### AxolotlBio

AxolotlBio'nun geliştirmeye devam ettiği 3 boyutlu biyobaskı cihazıyla, işlevini gerçekleştiremez hale gelen organlar tarih olacak. Baskı cihazı sayesinde hasta kişinin kök hücrelerini, laboratuvar ortamında çoğaltarak, yapılması istenen organ dokularıyla karıştırıp 3 boyutlu bir şekilde çalışabilen bir organ basmak ve nakil yapmak 5 yıl içinde mümkün hale gelecek.



Can Garipoğlu

### Compocket

Compocket, elektronik laboratuvarlarında kullanılan ölçüm cihazlarını bilgisayar tabanlı ve mobil uyumlu hale getirerek çok daha etkili bir ölçüm deneyimi sunmayı hedefleyen bir donanım-yazılım projesi. Donanım



Selim Burak Deniz

Coşkun Güler

kısmını telefon, tablet ve bilgisayarla çalışabilen her yerde kolayca kullanılabilen portatif elektronik ölçüm cihazları oluşturuyor. Compocket Yıldız Teknopark Teknoloji Transfer Ofisi tarafından düzenlenen Dijital Dönüşüm ve Endüstri 4.0 Proje Yarışması Ödülleri'nde birincilik ödülünün yanı sıra Betapitch İstanbul ve Betapitch Global'de de birincilik ödülleri sahibisi.



Emrah Uskovski

Hazel Topaç

### Haus Gıda

Haus Gıda, liyofilizasyon özellikli gıda kurutma makinesi geliştirilmesine ve bunun meyve kurutmada uygulanmasına odaklanmış çalışmalar yürütüyor. Projeye yüzde 100 doğal, katkı maddesi, renklendirici, koruyucu içermeyen tamamen taze meyvenin renk ve görüntüsünde, her mevsim yenilebilecek "meyve cipsleri" üretilen.



### Hyggefood Gıda

Hyggefood Gıda, hygefisk adı verilen projeye havyarı yeniden yorumluyor. Projede tamamen bitkisel içerik ile hayvansal bir ürünün hem besinsel hem de görüntü olarak birebir aynısına ulaşılması hedefleniyor. Geliştirilecek bitkisel içerikli hygefisk olarak adlandırılan havyar, yüksek besin içeriğinin yanı sıra duyuşsal (tat, görüntü, koku) olarak de hayvansal ürün havyarın yerine geçebilecek.



değerlendirmeyi yapıyor: “Konuyu kendi alanımız olan teknoparklar ekseninde değerlendirdiğimizde, ülkemizdeki teknoparkların yüksek teknoloji üreten üsler olmalarını beklediğimizi söyleyebilirim. Bu yüzden teknoparklarımız katma değeri yüksek ileri teknoloji üretme konusunda çaba sarf etmeli. Üniversite-sanayi ilişkileri yeterli düzeyde değil. Bu ilişkilerin artırılması amacıyla akademik yükseltmelerde teknoparklarda görev yapan öğretim elamanları için ilave puanlara yer verilmeli, firmalarımız da bu işbirliğine özendirilmeli. Teknoparklara ilişkin toplumsal farkındalığın artırılması ve etkin bir şekilde kullanılması konusunda yapılacak çalışmaların büyük fayda sağlayacağı düşüncesindeyim. Sonuç olarak gerek teknoparklarda çalışan girişimcilere gerekse teknopark yönetimine verilecek her tür desteğin ülkemize birçok alanda önemli

avantajlar sunacağını unutmamalıyız.”

Türkiye’deki 13 milyon kişilik genç nüfusun potansiyeline dikkat çeken Güner, “Bu sayı birçok Avrupa ülkesinin nüfusundan bile fazla ve ülkemiz için gerçekten büyük bir entelektüel sermaye. Doğru planlamayla bu potansiyeli en iyi şekilde kullanabiliriz” diyor.

#### **“Girişimci aday bir startup’ta işe başlamalı”**

Peki Prof. Dr. Mesut Güner’in genç girişimciler, girişimci adayları için önerileri var mı? Nerelerde hangi hatalar yapılıyor, başarılı olmak isteyenler nasıl bir yol izlemeli? Güner’in cevabı şöyle:

“Girişimci adaylarına bir startup’ta iş bulmalarını ya da staj yapmalarını tavsiye ederim. Bu sayede girişimcilik ekosisteminin temel yapısını öğrenebilir, bir fikrin proje ve



ürüne dönüşme süreçlerini görerek öğrenme fırsatı bulabilirler. Yıldız Kuluçka gibi girişimcilik merkezlerinin varlığı bu yüzden ayrıca önem taşıyor. Girişimciler, iş fikirleri ne olursa olsun her zaman bir şeyler satmak zorunda kalamayacaklarını unutmamalı. Bu yüzden, pazarlama ve satış konusunda elde edecekleri her tür birikimin avantajını mutlaka görecektir. Birçok girişim, bir takım işidir. İyi bir takımınız kurmak da atılacak ilk adımlardan biri olmalı. Son olarak, girişimlerini hayata geçirmek için gerekli olan maddi sermayeyi TÜBİTAK ve KOSGEB gibi proje hibe fonlarından sağlamalarını tavsiye edebilirim.”

### “Bankacılık ve ödeme sistemlerindeki öncü konumumuz güçlenecek”

Güner, Türkiye'nin birçok gelişmiş ülkenin bile önünde olduğu bankacılık ve ödeme sistemlerindeki deneyimlerinin, potansiyelinin daha iyi değerlendirmesi adına da teknoparkların önemli bir işlev üstlendiğine dikkat çekiyor. Yıldız Teknopark'ta bankacılık, finans, ödeme sistemler, FinTech ve muhasebe alanlarında faaliyet gösteren 90'ı aşkın firma olduğunu söyleyen Güner, “Tek başına bu sayı

bile ülkemizin bu alandaki potansiyelini açıkça ortaya koyuyor. Türkiye bu alanda dünyada örnek gösterilen projelerin geliştirdiği bir ülke. Teknoparkların gelişimi devam ettikçe bu alandaki öncü konumumuzun da gündem güne güçleneceğine inanıyorum” diyor.

Prof. Dr. Mesut Güner, öncü örneklerinin yine bu sektörlerde yoğun olarak görüldüğü blockchain, yapay zeka, nesnelerin interneti, giyilebilir cihazlar gibi teknolojilere Yıldız Teknopark'ın bakışıyla ilgili de şu bilgileri paylaşıyor:

“Günlük hayat üzerindeki etkilerini yeni yeni görmeye başladığımız nesnelerin interneti, yapay zeka ve giyilebilir cihazlar alanlarında teknoparkımızda halen 15 firma faaliyet gösteriyor. Firmalarımız, yakın zamanda ticarileşeceğini düşündüğümüz yenilikçi fikir ve ürünler geliştiriyor. Türkiye'nin genç nüfusunun teknolojiye yatkınlığı ve onu kullanmaya isteği üst seviyede. Gerek akademik seviyede gerekse teknoparklar gibi oluşumlarla bu yatkınlık ve isteğin sürekli canlı tutulması, teknolojiyi sadece tüketen değil aynı zamanda üreten bir ülke olmamız açısından önem taşıyor.”

⊖



## TÜRKİYE'NİN EN İYİ GELİŞMEKTE OLAN TEKNOLOJİ GELİŞTİRME BÖLGESİ

Yıldız Teknopark; Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın hazırladığı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Performans Endeksi sonuçlarına göre “2017 yılının En İyi Gelişmekte Olan

Teknoloji Geliştirme Bölgesi” oldu. Genel sıralamada ise Türkiye'nin beşinci Teknoloji Geliştirme Bölgesi seçilen Yıldız Teknopark adına ödülü, Bilim, Sanayi ve Teknoloji

Bakan Yardımcısı Hasan Ali Çelik'in elinden, Yıldız Teknik Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Bahri Şahin ve Yıldız Teknopark Genel Müdürü Prof. Dr. Mesut Güner birlikte aldı.



Defne Tozan  
IBM Türkiye Ülke  
Genel Müdürü



tulin.cakmak@gundemmedyagrubu.com

Tülin Çakmak

Zirve  
Sohbetleri

**T**eknoloji ve ödeme sistemleri özelinde kadın istihdamına yönelik farkındalık yaratmak üzere başladığımız “Zirve Yolunda” sohbetlerimize, IBM Türkiye Ülke Genel Müdürü Defne Tozan’la devam ediyoruz.

Üniversiteden mezun olduktan sonra IBM’de çalışmaya başlayan Defne Tozan, mesleğinde ve kariyerinde 30’uncu yılını

kutluyor. 2016 yılında IBM Türkiye’nin ilk Türk kadın Ülke Genel Müdürü olan Tozan, annelik vasfının kadının kariyer hayatını etkilediğini düşünüyor. Kariyer basamaklarının başındaki kadın yönetici adaylarına ekipleriyle iyi bir takım olabilmek için pozitif olmalarını, sürekli okumalarını, kendi iş alanlarındaki yenilikleri takip ederek edindikleri bilgileri ekip üyeleriyle paylaşmalarını öneriyor...





# IBM yetenekleri keşfedip GELECEĞE HAZIRLIYOR

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

Ülkemizde birçok finansal kuruluştaki kadın istihdamı yüzde 50'lerin üzerinde. Ayrıca birçok başarılı üst düzey kadın yönetici de bu sektörlerde görev alıyor. IBM olarak kadınların teknoloji alanındaki istihdamının artması; fen, teknoloji, mühendislik ve matematik (STEM) bilimlerine yönelik eğitimlerde daha aktif rol almaları gerektiğini düşünüyor ve bunu destekliyoruz. IBM'de 1930'lardan beri kadınlar teknoloji odaklı işlerde görev alıyor. CEO'muz Ginni Rometty bir kadın. Ben de 2016 yılından beri IBM Türkiye'nin ilk Türk kadın ülke genel müdürü olarak görev yapıyorum.

## **Şirketinizdeki kadın-erkek çalışan dağılımı nasıl?**

IBM'in istihdam ve çalışma kültürü içerisinde eşitlik çok önemli bir yer tutuyor. Biz de IBM Türkiye olarak şirketimizin bu kültürüne sahip çıkıyor ve kadın-erkek eşitliğine önem veren bir çalışma ortamı sunuyoruz. Üst yönetimimizin neredeyse yarısı kadınlardan oluşuyor.

## **Şirketinizde kadın yöneticilerin artmasına yönelik uygulama var mı?**

IBM olarak ortak olduğumuz bir araştırmaya göre, kadınların kariyer gelişimini sağlayan üç ana yaklaşım var. İlki yetenekleri erken keşfetmek. Biz de liderlik belirleme programıyla bu vasfa sahip IBM çalışanlarını keşfedip geleceğe hazırlıyoruz. Teknik kadın çalışanlara odaklanmak da ikinci önemli husus. Bu çalışanlara koç ve sponsor atıyor, gelişimlerine destek oluyoruz. Aynı zamanda "Elevate" programıyla "kadınlar daha fazla nasıl liderlik pozisyonuna getirilebilir" konusuna odaklanıyoruz. Ben de Elevate programı kapsamında, Ortadoğu ve Afrika'da IBM içinde kadın çalışanlarla ilgili beceri geliştirme projesinin sponsoruyum. Bu bölgelerdeki kadın çalışanları nasıl bir sonraki liderlik pozisyonuna getirebileceğimiz üzerinde duruyoruz.

## **Yönetici olana kadar işyerlerinde yaşadığınız en büyük sorun ne oldu?**

IBM'in yıllardan beri koruduğu eşitlik ve kadın istihdamına yönelik teşvik edici yaklaşımlarıyla lider kadınların ortaya çıkarılması konusundaki istihdam politikaları beni kariyer yolculuğumda hep destekledi. Aynı zamanda kariyer hayatımı yoğun bir tempoda sürdürürken annelik sorumluluklarımı yerine getirmem için bana destek olan ailemin ve eşimin de bugün geldiğim noktada katkısı elbette çok büyük.

## **Kadının iş hayatında güçlenmesi için neler yapılabilir?**

Kadınların hem iş hayatında hem de sosyal hayatlarında birçok sorumluluğu var. Özellikle çalışan bir anne için iş ve

aile hayatı dengesini kurmak çok büyük önem taşıyor. IBM olarak, kadınların hem iş hem de ailevi hayatlarında sahip oldukları sorumlulukları yerine getirmelerine destek olmak amacıyla onlara en elverişli çalışma ortamını sağlıyoruz. Şirketlerin sağladığı imkanların yanı sıra kadınlarımızın iş hayatında özgüvenli olmaları, meraklı ve araştırmacı bir kimliğe sahip olmaları her şeyden önce geliyor.

## **Kariyerinin başındaki kadın yönetici adaylarına ilk tavsiyeniz ne olur?**

Kadın ve erkek ayrımı yapmaksızın bir yönetici için takım oyuncularıyla iyi bir ilişki kurmanın, pozitif olmanın ve motivasyonun önemine inanıyorum. Bunun yanı sıra öğrenmek hayat boyu devam eden bir süreç. Bir yönetici için sürekli okumak, kendi iş sahasıyla ilgili yenilikleri takip etmek, edinilen bilgiyi ekip üyelerine aktarmak büyük önem taşıyor.

## **Üniversitelerin başta bilgisayar, yazılım ve elektronik olmak üzere teknolojiyle ilgili bölümlerine kadınların ilgisinin azlığını nasıl değerlendiriyorsunuz?**

STEM'e dayalı mesleklerde erkek egemen bir durum söz konusu. Bunun hem psikolojik hem de sosyal bazı gerekçeleri var. Geleceğin meslekleri şu anda bilinmese de STEM alanlarına dayalı olacakları bir gerçek. Çünkü yapay zekâ gibi günümüz teknolojilerinin gelecekte bütün endüstrilere yayılmasını bekliyoruz. Örneğin, siber güvenlik profesyonellerine yönelik artan bir talep var ama bu alanda nitelikli eleman eksikliği bulunuyor. 2022 yılı itibarıyla siber güvenlikteki açık 1.8 milyona ulaşacak. Bu yetenek açığının kapatılması için kamu ve özel işbirlikleri, üniversitelerle ortak çalışmalar büyük önem taşıyor.

## **FinTech şirketlerinin iş yapış tarzları ve yenilikçi kurum kültürleriyle finansal sistemde kadınlar için daha uygun bir ortam hazırlandığını ve fırsatlar olduğunu düşünüyor musunuz?**

FinTech şirketleri çalışanlarının yaratıcılıklarını kullanabilmesini ve başarısızlıktan korkmadan fikirlerini hayata geçirmeye çalışmasını destekliyor. Ayrıca yetenek havuzlarında girişimcilik, işbirliği kurma ve yönetme, teknolojiyle iş zekasını birleştirme gibi farklı yetenekleri de benimsediklerini görüyoruz. Esnek çalışma saatleri veya evden çalışma modellerini de uyguluyorlar. Tüm bu hususlar kadınların potansiyellerini daha kolay açığa çıkarabileceği ve daha rahat çalışabilecekleri bir ortama dikkat çekiyor.

## **Anne olmak çalışan bir kadının kariyerini nasıl etkiliyor?**

Annelik çok yönlü olmayı, zamanı iyi yönetmeyi, planlı hareket etmeyi gerektiriyor. Bu anlamda, çalışan anneler için uygun çalışma şartları sağlandığı ve manevi olarak da aile desteği sağlandığı sürece annelik vasfı kadının kariyer hayatını da olumlu etkiliyor. ☺

# Perakendeciliği şekillendirecek 5 YENİ TEKNOLOJİ



MURAT ERDÖR

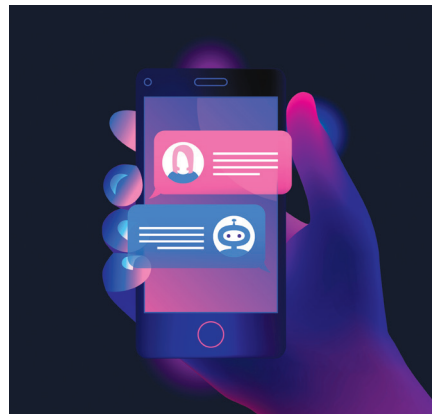
## MURAT ERDÖR KİMDİR?

Lise eğitimini TED Ankara Koleji'nde tamamladıktan sonra Bilkent Üniversitesi İşletme Bölümü'nden 1999 yılında mezun oldu. Bahçeşehir Üniversitesi'nde "Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi" üzerine master yaptı. Finans, hizmet ve enerji sektörlerinde yerli ve yabancı birçok şirkette çalıştıktan sonra, uzun süre dijital pazarlama ve otomasyon konusunda dünyanın sayılı markalarından biri olan Emarsys'te Türkiye ülke müdürlüğü görevini yürüttü. Emarsys'ten ayrıldıktan sonra pazarlama platformu Euromessage Türkiye'nin genel müdürü olarak çalıştı. 20 yıllık kurumsal hayata ara verip kendi firması ME Consultancy'yi kurdu. Kariyerine "dijital dönüşüm danışmanı" olarak devam eden Erdör, aynı zamanda firmalara eğitimler veriyor, etkinlikler düzenleyip girişimcilere mentorluk yapıyor.



### 1 Dijital akıllı aynalar

Perakendeciler, benzersiz ve kişiselleştirilmiş bir alışveriş deneyimi için giyinme odalarına dijital aynalar eklemeye başladı. Gelecekte daha da yaygınlaşacak akıllı ayna teknolojisiyle müşteriler beden ölçülerini sisteme girecek ve bu şekilde internet üzerinden de gönül rahatlığıyla alışverişini yapabilecek. Bunun için bir kez mağazaya giderek ölçü verilmesi-alınması yeterli olacak. Akıllı aynalar ayrıca, müşterilerin farklı kıyafetlere ait görüntülerini yan yana karşılaştırmasına da olanak sağlayacak.



### 2 Chatbot

2017 yılında yapılan bir chatbot araştırmasına katılan tüketicilerin çoğu (yüzde 57) bu teknolojinin varlığından haberdar. Üçte birinden fazlası (yüzde 35) ise chatbot'ların daha fazla marka tarafından kullanıldığını görmek istiyor. Yapay zeka formlarının ha-

yatlarımıza girmesi şeklinde tanımlayabileceğimiz ve gelecekte daha da yaygın kullanılacak chatbot'lar, telefon ve bilgisayarlarımızı kullanma biçimimizi kesin olarak değiştirecek. Chatbot'lar gelecekte kullanıcıların söylediklerini çok kısa sürede analiz edecek ve kullanıcıların isteklerini yerine getirmek için onları yönlendirecek uygulamalar olarak daha fazla hayatımıza girecek.



### 3 Kişiselleştirilmiş yapay zeka

Artık birçok alanda hizmet vermeye başlayan makineler ve yazılımlar, tıpkı canlılar gibi topladıkları verileri işleyerek yeni şeyler öğreniyor. Yapay zekanın gelişimiyle elde edilen tüketici verilerini kullanmak, 2025'te perakende sektöründe odak nokta olacak. Mağazalar her bir müşterinin gereksinimlerini ve verilerini kullanarak, müşterilerin ihtiyaçlarını daha akıllı hale getirecek ve müşteriye özel kişiselleştirilmiş teklifler, fırsatlar sunacak. Ayrıca nesnelerin interneti, mağaza içi akıllı cihazları ve sensörler sayesinde perakendecilerin daha iyi, veri odaklı kararları verebilmelerine olanak tanıyacak. 2025 yılına kadar yıllık 410 milyar ila 1.2 trilyon dolar

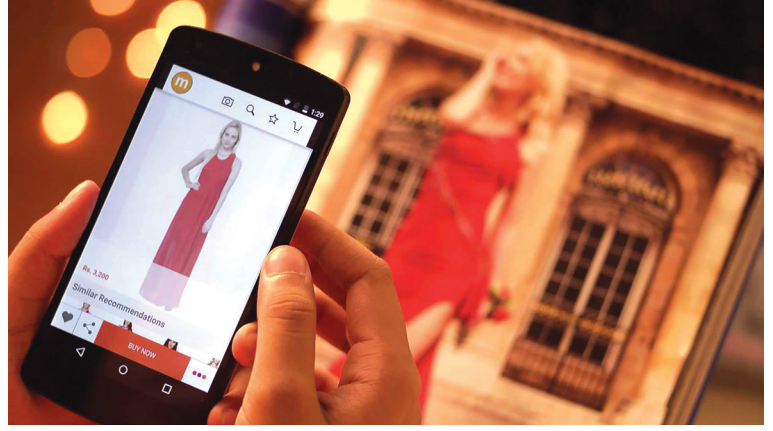


arasında ekonomik bir etki yaratması beklenen nesnelerin interneti, perakende sektöründeki büyümeyi etkileyecek. Nesnelerin interneti, müşterileri, nesnelere, satış ve operasyon işlemlerini dijital platforma taşıyarak inovasyon ve yeni fırsatlar sunacak. Müşteriler akıllı telefonlarından ürünlerin stok durumuna bakabilecek, önceden oluşturduğu alışveriş listesindeki ürünlerin mağazadaki yerini, uygulamadaki yönlendirmelere göre bulabilecek.



#### 4 Çalışansız dükkanlar

İçeride çalışanların olmadığı, QR (karekod) ile ürünlerin okutulmasıyla ödeme yapılabildiği ve işlemlerin çok daha hızlı yapıldığı çalışansız dükkanların ilk adımları yakın zamanda atıldı. Mağazadan tüketicinin aldığı ürünleri tespit etmek için yazılım altyapısı ve sensörler kullanarak çalışan bu dükkanlara girerken tüketicilerin yapması gereken tek şey, markanın oluşturduğu aplikasyonunun kullanılması olacak.



#### 5 Görsel ve ses ile arama özelliği

Kelimeyle aramanın daha da gelişmiş hali olan "görsel arama", e-perakendenin yükselen trendlerinden biri olacak. Örneğin, elinizde beğendiğiniz montun bir resmi varsa, dilediğiniz bir e-ticaret sitesine girerek resmi bu e-ticaret sitesine yükleyebileceksiniz. E-ticaret sitesi yüklediğiniz resme yakın tüm ürünleri ekranınızda size sunuyor olacak. 2020'ye doğru ise "ses" ile arama özelliği e-ticaret sitelerinde arama opsiyonu olarak karşımıza çıkacak. Sesli arama özelliğiyle istediğimiz ürünleri kolayca aratabileceğiz. ☹



# “Özel kargocular köye giderse e-ticaret katlanır”

## avantajix

Çok değil birkaç yıl önce bindelik oranlarla ifade edilen kırsal kesimin e-ticaretteki payı yüzde 3-4'lere kadar yükseldi. Avantajix Kurucu Ortağı Güçlü Kayral, “Özel kargo şirketleri kırsal kesime de hizmet vermeye başlar, kart kullanımına yönelik güvenlik kaygılar giderilirse 15 milyon civarında olan e-ticaret müşterisi iki katına çıkabilir” diyor...



Güçlü Kayral

BERRİN UYANIK  
BEKAR

İnternet ve kargo taşımacılığının kırsal kesimde de yaygınlaşması, köylünün daha önce sadece bakkallarla sınırlı olan alışveriş dünyasını genişletti. İnternetin köylere, mezralara kadar girmesinin e-ticarete de olumlu yansıdığı belirten Avantajix.com Kurucu Ortağı Güçlü Kayral, bu gelişmeyi şöyle yorumluyor:

“İnternet dünyayı o kadar küçülttü ki adeta bir cep telefonuna, bir bilgisayar monitörüne sığdırdı. Kırsal kesimdeki Y kuşağının, Z kuşağının teknoloji bilgisi şehirdekinden az değil. Onların yönlendirmesiyle kırsal kesimde e-ticaret ilgi arttı. Eskiden köyün tek alışveriş merkezi bakkaldı. Lüks alışveriş imkanını da mobil olarak köye gelen satıcılar sağladı. Köyde yaşayanlar, bakkalda olmayan ürünler için ilçe merkezine ya da illere giderdi. Kırsal kesimde internetin yaygınlaşmasıyla bu alışveriş turları azaldı. İnsanlar, İstanbul'daki mağazada bulunan bir ürünü online satın alarak köyüne kadar getirebiliyor.”

**“Kırsal kesimdeki tüketici daha bilinçli”**

80 milyon nüfuslu Türkiye'de 54.3 mil-

yon kişi aktif internet kullanıcısı konumunda. Her 10 haneden 8'inde de internet var. Kargo taşımacılığının yaygınlaşmasıyla kırsal kesimlerde yaşayanların alışveriş dünyasının genişlediğinin altını çizen Kayral, “Önceden kırsal kesimin e-ticaretteki payı bindelik rakamlarla ifade edilirdi. Avantajix.com müşteri portföyünde de durum aynıydı. Şimdi yüzde 3-4'lere kadar yükseldi. Çok da bilinçli bir kitle var kırsal kesimde. Alışverişlerini yaparken karşılaştırma sitelerini kullanarak en uygun fiyatlı ürüne ulaşabiliyorlar. Ücretsiz kargo tercihiyle alışveriş turlarının çok yüksek maliyetinden kurtuluyorlar. Fırsat sitelerini yoğun olarak kullanıyorlar. Alışverişlerini Avantajix.com gibi her alışveriş para veren siteler üzerinden yaparak ekstra kazanç sağlıyorlar” diyor.

Güçlü Kayral, şu an sadece kamuya ait kargo kuruluşlarının kırsal kesime hizmet verdiğini, özel sektörün de hizmeti yaygınlaştırması, kart kullanımına yönelik güvenlik kaygılarının kırsal kesimde de giderilmesi halinde halen Türkiye'de 15 milyon civarında olan e-ticaret müşterisinin iki katına çıkabileceğini sözlerine ekliyor. ☺



Ziraat Bankası'nda bir gecede 11 genel müdür yardımcısı değişti

## Kim nereye transfer oldu?

ING Bank'ın yeni genel müdürünü sektör finansgündem'den öğrendi

## Sektörle ilgili son gelişmeler

TRT Genel Müdürlüğü'ne talip olan bankacı kim?

Hepsi ve daha fazlası için  
[www.finansgundem.com](http://www.finansgundem.com)

17 Aralık 2013 Salı 14:39

### Finans Gündem

ARAAMA YAP

BC Borsa Gündem SG Sigorta Gündem Otonomül Sayfesi TC Teknoloji Gündem Akülü Yaşam

Ana Sayfa Gündem Bankacılık Finans Kulis Sigorta - BES ve Hayat Emlak-Mortgage Para Piyasa Leasing/Faktoring Röportajlar Yazarlar

KISAYOLLAR: Günün Tüm Haberleri | İlginç Bankacı Hikayeleri | Para Komedi | Araştırma | Basın Toplantıları / Ajanda | Dünden Bugüne Bankacılar

**Öne Çıkan Haberler**

- İngiltere'de enflasyon hedefler dahilinde**  
İngiltere'de enflasyon Kasım ayında beklenmedik şekilde yavaşlayarak son dört yılın en düşük seviyesine indi
- MOBİL**  
Uç yönlü görüşme yapabilen akıllı telefon  
Uç yönlü görüşme yapabilen dünyanın ilk akıllı telefonu: GSmart SIMBA SX!
- Altınbaş'ta atama**  
Bir imalat patronu daha gözaltında
- Merkez faizi sabit tuttu**
- AHİM Perinçek'i haklı buldu**
- Japonya tahvil ihracını artıracak**
- Sırbistan faizi indirdi**

**Haberleri sitenize ekleyin**

**Finans Hattı**

- Sırbistan faizi indirdi
- Almanya'nın tüketici güveni yükseliyor
- 2013 altından çıkış yılı oldu

**ASKERİ HELİKOPTER DÜŞTÜ 4 ÖLÜ**  
Ankara'da askeri helikopter düştü  
Ankara'da Çeltikçay yakınlarında askeri helikopter düştü. Helikopterde bulunan diğer 4 asker şehit oldu...

**Her 50 TL'lik alışverişinize 15 otomobilden biri hediye**

**MERKEZ 'AYNEN DEVAM' DEDİ FAİZ DEĞİŞTİRİLMEDİ**

**DEV MARKALAR**

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 > Tümü

**Can'a Geleceğinin MALAGELSİN**  
canageceginemalagetsin.com  
TEB

FINANS SEKTÖRÜNÜN  
İNTERNETTEKİ BULUŞMA ADRESİ



# Dijitalleşiyoruz ama nasıl?

**D**ijital çağ, başta finans olmak üzere hemen her sektörde yıkıcı değişikliklere neden oldu. Bu kapsamda biz bireyler bazen kendi isteğimizle bazen de zorunluluklar nedeniyle dijital yeniliklerle tanışmaya başladık. Zorunluluk nedeniyle tanışılan yeniliklerden birine yakın zamanda şahit oldum.

Evlerinde yardımcı çalışanların yakından bildiği gibi, artık bu kişilere ait çalışma izni başvuru ve uzatma işlemleri için işverenin yani ev sahibinin e-imza ve KEP adresi edinmesi zorunlu hale geldi.

Geçen ay annem çalışma iznini uzatmak için bir e-imza almış kendisine. Kendi deyimiyle bir kutu içerisinde bir şeyler verilmiş ve bununla başvuru yapması gerektiği söylenmiş. Akıllı telefon ve tablet kullanan ama evinde bir bilgisayar olmayan annem elinde e-imzasıyla kalakalmış. Neyseki kendisine uzaktan destek olarak e-imzayı kurduk, bir KEP adresi aldık ve işlemleri tamamladık. Tüm bu süreç için ayırdığım süre en az 5 saat oldu...

Elektronik imza ve dijital kimlik gibi süreçler dijitalleşme için olmazsa olmaz süreçler. Özellikle;

- Kimliğimizle ilişkili yaptığımız işlemlerin her geçen gün arttığı,
- İşlemlerin birden fazla kurum içererek daha kompleks



**Özge Çelik**  
Bankalararası Kart Merkezi  
İş Geliştirme Direktörü

yapılara doğru gittiği,

■ Müşterilerin daha kolay ve “görünmez” işlem akışı beklentilerinin arttığı bir dünyada, kişilerin yaptıkları işlemleri uzaktan onaylayabileceği, kimliklerini kendilerinin yönetebileceği, kısacası işlemleri gerçekten kendilerinin yaptıklarını ispat edebildiği çözümlerin hem finans ve FinTech ekosistemleri için büyük fayda sağlayacağına hiç şüphe yok.

Örneğin, 5.5 milyon nüfusu olan Norveç’te e-imza 3.7 milyon kişi tarafından 2004 yılından bu yana kullanılmasına ve günlük hayatın bir parçası haline gelmesine rağmen,

yakın zamanda Xid isimli daha az güvenlik gerektiren işlemlerde, sizi tanımak ve verinizi dilediğiniz kişilerle paylaşmak üzere kullanımı daha kolay bir çözümü daha hayata geçirdiler. Amaç süreçleri daha da kolaylaştırmak, dijitalleşirmek.

Dijitalleşme demek çeviklik, hız ve kolaylık demek benim gözümde. Ancak kullanıcıların hayatını kolaylaştıracak, onlara mevcut yöntemlere göre zaman ve pratiklik kazandıracak çözümler benimsenip yaygınlaşabilir.

Ülkemizde de dijital kimlik, e-imza gibi akışların herkes tarafından kullanılabilirdiği, bununla beraber yeni iş akışlarıyla tanışacağımız, hayatımıza pek çok kolaylık katılacak günleri dört gözle bekliyorum.



## FinTech 101 eğitiminde beşinci dönem tamamlandı

FinTech İstanbul ve Bankalararası Kart Merkezi (BKM) tarafından düzenlenen FinTech 101 eğitim programında beşinci dönem, 6 haftalık süreç ve 36 saatlik

eğitimin sonunda tamamlanarak 60'dan fazla mezun verdi. Türkiye'nin ilk FinTech eğitim programı, FinTech İstanbul ve BKM tarafından 2016 yılının şubat

ayında düzenlenmişti. Aradan geçen süre zarfından beş farklı dönemde farklı gruplara eğitim verilen programda 250'den fazla katılımcı sertifikalarını aldı.



## Bankalar chatbot ile maliyetleri düşürüp, müşteri deneyimini iyileştiriyor

Müşteri deneyimini daha kaliteli hale getirmek, operasyonel verimliliği artırmak ve maliyetleri düşürmek isteyen bankalar, yenilikçi teknolojileri hız kesmeden benimsemeyi sürdürüyor. Yapay zeka da bu teknolojilerden biri. Bankaların ve finans kuruluşlarının müşterileriyle olan etkileşimini tümüyle yeni bir düzleme taşıyan yapay zekanın sosyal ağlarda ve mesajlaşma uygulamalarındaki kullanımı arttıkça, bugüne kadar gözardı edilen önemli bir gerçek çok daha belirgin hale geliyor:

Bankaların ve finans kuruluşlarının yaptığı iş, sadece mali işlemler üzerinden değil, aynı zamanda müşterileri ve diğer paydaşlarla kurdukları diyalog üzerinden ilerliyor. Yakın dönemde Medici tarafından yapılan bir araştırmada, 42 büyük bankanın ve finans kurumunun chatbot girişimleri incelemeye alındı. Bu bankaların 27'si mobil ve online kanallar üzerinde kendi chatbot'larını geliştirmiş durumda. Araştırmaya dahil edilen bankaların 13'ünde sesli asistan özellikleri bulunuyor.



## FinTech girişimleri için 31 milyar dolarlık fırsat

E-ticaret sahtekârlık ödeme çözümleri sunan Verifi, bir rapor yayınlamakla sektöre ait sahtekârlık kaynaklı araştırmasına dair sonuçları paylaştı. Rapor, tüccarlar, bankalar ve tüketiciler arasında acil işbirliği ihtiyacını vurguluyor. Verifi, kartlı ödemelerde ortaya çıkan ihtilafların temel nedenlerini incelemek için Javelin Strategy & Research ile birlikte çalıştı. Raporda, tüketici uyuşmazlıkları ve chargeback (ücret iade) işlemlerinin 2017 yılında yaklaşık 31 milyar dolarlık kayıp yarattığını ortaya koyuyor. Bu maliyetin 19 milyar dolarlık kısmı işyerlerine, kalan 12 milyar dolarlık kısmı ise bankalara ait kayıplardan oluşuyor. Ağırlıklı olarak müşteri şikayetlerinden kaynaklanan iadelerin FinTech girişimleri için eşsiz bir fırsat sunduğu belirtiliyor.

# YERLİ KRIPTO PARALAR

## ÖLÜ MÜ DOĞDU



Avukat Kadir Kurtuluş, son dönemlerde yerli, milli iddialarıyla lanse edilen kripto paralara karşı vatandaşları uyarıyor: “Çiftlik Bank gibi saadet zincirlerinde inek, süt ya da bir ürün ortaya koymak durumundasınız. Kripto paralarda buna da gerek yok. Bilgisayarlarda oluşturduğunuz rakamlar sizin ürününüz, kayıt zinciriniz ve para biriminiz oluyor. Sattığınız şey de o rakamların bir para birimi olacağı kabul göreceği ve büyük karlılık elde edeceğiniz vaadi. Yani hayalden başka bir şey değil...”



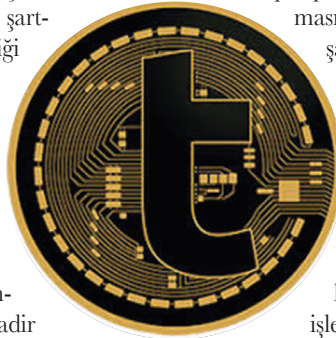
ABDULLAH  
ÇETİN

**T**ürkiye'nin yerli kripto parası, iddiasıyla lanse edilen NeXpara, halka arz duyurusunun hemen ardından faaliyetlerini sonlandırma kararı aldı. Yine iddialı bir çıkış yapan Turcoin'den de artık pek ses soluk çıkmıyor. Türkiye'deki kripto para girişimleri ölü mü doğdu? Hangi aşamalarda hata yapıldı? Kripto para girişimlerinin Çiftlik Bank ve benzeri güncel saadet zincirleriyle benzerlikleri ve farkları neler? İşlem gördükleri, el değiştirdikleri platformlar ne kadar güvenli? Mevcut şartlarda Türkiye'de kripto para madenciliği ne kadar mümkün? Girişimcilerinin de belirttiği gibi yerli kripto paralarla işlem yapılabilir mi? Proofstack, Kurtuluş & Partners, Kurtuluş Marka-Patent-Tasarım ve eko-ruma.net şirketlerinin kurucu ortağı, aynı zamanda hepsi lisanslı olmak üzere marka vekili, arabulucu ve melek yatırımcı kimliklerine de sahip olan avukat Kadir

Kurtuluş ile kripto paralara ilgi duyan herkes için önemli dersler içerdiğini düşündüğümüz bir sohbet yaptık...

**Çiftlik Bank, Sütbank gibi vakalar ne kadar etkili oldu bilemiyoruz ama bir süredir “yerli ve milli” kripto para üreticilerinin sesi soluğu çıkmıyor. Sizce de Türkiye’de kripto paralar ölü mü doğdu?**

Kripto para için en önemli unsur bir işleme dayalı olmasıdır. İşleme dayanmayan kripto paralar yaşama şansı bulamaz. Türkiye’de çıkarılmaya çalışılan kripto paralar arasında Türkiye’nin işlemlerinin baz alındığı kripto para olarak öne sürüldü. Dolayısıyla bu şekilde bir kripto para çıkarmak istiyorsanız devletle beraber olmanız gerekir. Şu anda bazı çalışmalar var ama henüz ortada bir mevzuat yok. Türkiye’deki mevzuat ve düzenlemeye ilişkin kurumların yok sayılıp onların işlemleriyle ilgili bir kripto para çıkarma vaadi







bir hayalden öteye geçemez. Uluslararası bir kripto para çıkarabilirsiniz. Bunun için sizin önünüzde bir engel yok. Ancak çıkardığımız kripto paranın arkasında gerçekten kullanılacak, gerçekten işlemlerde işe yarayacak bir şey olması gerekir. Kullanıcı sayısı ve işlem gücü olması gerekir. Türkiye'deki girişimlere baktığımızda arkasında böyle bir işlem gücü ya da kullanıcı sayısı yok. Başka kurum ve kişilerin dağılmış şekilde duran işlem gücüyle bir devrim yaratılacağı vaadi var. Bu da yanlış. Türkiye'de kripto para girişimleri ölü doğmuyor, sadece çok ciddi strateji hataları yapıyor. Veya konunun felsefesi tam anlaşılmadan, hızlı para toplama amacıyla, belki projeyi yapmak belki kötü amaçlar için ama neticede hızlı ve strateji olmadan yapılan bu işlemler tabii ki hüsrarla sonuçlanıyor. Nitekim NeXpara da bunu görmüş ki insanları mağdur etmemek için geri çekilmiş. Konunun detayını tam bilmiyorum. Ortada bir mağduriyet var mı yok mu onu da bilmiyorum. Bildiğim bir şey var ki o da belirttiğim konuları değerlendirmeden çıkarılacak paralar kesinlikle yaşama şansı bulamayacaktır. "Türkiye'nin milli kripto parasını çıkarıyoruz" diye yola çıkmak işin bir kere doğasına ve felsefesine aykırı. Çünkü kripto paralar merkezi olmayan yapılar olarak doğdu. Felsefesi en azından bunu söylüyor. Eğer bir milli kripto para çıkarılacaksa da öncelikle kendi teknolojiniz ve blockchain protokolünüzle olmalı. Gayet tabii Ethereum veya Neo gibi altyapılar da kullanılabilir ama arka planda milli paranın dayanağı olan milli işlemlerinde sahibi olmanız ya da bu anlaşmaları yapmanız gerekiyor. Şu an çıkarılan ve "milli" olarak sunulan kripto para girişimlerinde bu yönde strateji hatası gördüğümü söyleyebilirim. Proofstack (eski adıyla Copyrobo) olarak işlemlerimizde kullanılmak üzere bir kripto para çıkarmak bizim de gündemimizde. Ancak burada dayandığımız nokta, uluslararası projemizin arkasındaki dünya online noterine benzetebileceğimiz işlemler. Dolayısıyla buna milli bir para diyemeyiz. Bir değere dayalı, bu değer amacıyla kullanılabilir bir kripto para diyebiliriz.

**Özellikle Turcoin için Titan benzeri bir "saadet zinciri" olduğu yönünde haberler, söylentiler çıktı. Türkiye'deki kripto para girişimlerinin Çiftlik Bank ve benzeri güncel saadet zincirleriyle varsa benzerlikleri ve farklılıklarını anlatabilir misiniz?**

Kayıt zinciri teknolojisiyle araçların olmadığı değil, fonksiyon değiştirdiği bir dünyaya doğru gidiyoruz. Burada tabii ki "ponzi şeması" (saadet zinciri) şeklinde ilerleyen organizasyonlar da bu durumu bir fırsat olarak görüyor. Çiftlik Bank gibi saadet zincirlerinde inek, süt ya da bir ürün ortaya koymak durumundasınız. Kripto paralarda ise böyle bir ürün ortaya koymaya da gerek yok. Bilgisayarlar da oluşturduğunuz rakamlar sizin ürününüz, kayıt zinciriniz ve para biriminiz oluyor. Sattığımız şey de o rakamların bir para birimi olacağı kabul göreceği ve büyük karlılık elde edeceğimiz vaadi. Yani satılan şey hayalden başka bir şey değil. Sadece bunun en hızlı ve en kolay şekli kripto parayla oluyor ya da önemli bir kayıt zinciri teknolojisi adı altında yapılıyor. Dolayısıyla yöntem bu anlamda insanları dolandırmaya çok müsait. Tabii bunu fark eden söz konusu yapıların kurucuları bu alanda da ciddi çalışmalar yapıyor ve mağduriyetlerin yaşanacağı aşikâr. Esasında çalışma mantığı birebir aynı, sadece rakamlar farklı. Bu nedenle arkasındaki büyük hayallere bakmamız gerekiyor. Dünyada alması en kolay, satması ise en zor şey beklentidir. Dolayısıyla bu tarz organizasyonlar bize beklentiyi ya da hayali satmaya çalışabilir. Arkasında işlem gücü, kullanıcı sayısı ve gerçek bir iş olmayan kripto paralara ya da bu tarz oluşumlara, projelere kesinlikle ve kesinlikle temkinli yaklaşılmalıdır. Arkasında proje olan bir kripto para ya da kayıt zinciri girişimi hiçbir şekilde bugün size "2 bin lira yatırın, 2 ay sonra yüzde 100 kazanacaksınız, 4 bin lira alacaksınız" gibi bir şey söyleyemez. Bu söylemlerde bulunan kişilerden kesinlikle uzak durun. Çünkü bu teknoloji çok yeni; birçok yenilikle beraber birçok problem de var.

**Türkiye'de mevcut şartlarda kripto para madenciliği ne kadar mümkün? Girişimcilerinin belirttiği gibi yerli kripto paralarla ürün ya da hizmet satın alma gibi işlemler yapılabilir mi?**

Kripto para madenciliği için gerekli tek şey elektrik enerjisi ve gelişmiş donanımlardan oluşan bir veri merkezi. Dolayısıyla madenciliği her yerde yapabilirsiniz. Fakat fiyatların değişimi, volatilité, gelen işlemlerin çözümü için oluşturulan şifrenin zorluk derecesinin artması, makinelerin eskimesi gibi birçok unsurlar madenciliğin maliyetleri olarak hesaplanabilir ve buna göre "yapılabilir" olup olmadığı ortaya çıkabilir. Dolayısıyla madencilik yapmak



tamamen bir matematik işi. Fakat burada mevzuata da bakmak gerekiyor. Bununla ilgili herhangi bir mevzuat şu anda yok. Dolayısıyla ürettiğiniz kripto paranın vergisel boyutu konusunda nasıl bir yol izleyeceğiniz belirsiz. Bu tarz durumlara dikkat etmek gerekiyor. Girişimcilerin belirttiği gibi yerli kripto paralarla işlem yapılıp yapılmayacağı konusunda yukarıda esasında cevapladık. Burada “yerli” olması bir şey ifade etmiyor. Hangi işlemin yapıldığı ve ne kadar yapıldığı önem arz ediyor, kullanımın kabulü bir şey ifade ediyor. Kabul gören işlemlerde kullanılan her kripto para varlığını devam ettirir. Fakat sadece spekülatif

olarak yatırımcı olarak büyüyen kripto paralar aynı “ponzi şemaları” gibi bir noktada yok olmaya mecburdur. Bakın, işlemlerde kullanılmak, girişimlerin “işlemlerde kullanılacak” diye vaatte bulunması anlamına gelmiyor. İnsanlar “Biz kripto para çıkaracağız ve bütün işlemlerde kullanılacak” diyebilir ama bu onun yapıldığı anlamına gelmiyor. Zaten kolay bir şey de değildir. Biz 5 yıldır yoğun bir şekilde çalışmamıza rağmen projemizi ancak tamamlayabildik. İnanın çok zordur. Bu tarz projelerin yapılması çok ciddi strateji, mesai ve adanmışlık ister. Hayal etmek yetmez.

Vaat etmek yapıldığı ya da işleme dayanacağı anlamına gelmez. O yüzden gerçekten yapılmış bitmiş çalışan sistemlerle ilgilenilmeli, vaatlerle değil.



### Kripto paraların işlem gördüğü, el değiştirdiği platformlar ne kadar güvenli? Bu konuda ne gibi adımlar atılabilir?

Günümüzde blockchain ile ilgili ortaya çıkan güvenlik problemlerinin hiçbiri blockchain protokolünün kendisine ilişkin değil. Blockchain’in merkezi otoritelerce kullanıldığı kısımlarda güvenlik sorunları var. Borsa bir merkezi otoritedir ve bir sunucuda kayıtları tutar. Sunucu hack’lenirse o borsadaki paralar çalınır. Ama bunun nedeni eski sistem. Kripto para borsalarının da merkezi olmayan sisteme geçmesi gerekiyor. Bu trajikomik bir hadise esasında. Kayıt zinciri teknolojisinin adımı lekeleyen bu hack’lenmeler. Ancak bunlar merkezi olmayan sisteme yönelik hack’lenmeler değil; merkezi olmayan bir sistemin merkezi bir sistemde tutulmasından dolayı yaşanıyor.

Sonuç olarak felsefesi, güvenlik ve konsensüs vaadi merkezi olmayan yapısından geçen bir teknolojinin en önemli unsurlarından kripto paralar merkezi, güvenli olmayan bir sistemle büyümemeli. Kripto para borsalarının da bu işin doğasına uygun yapılar geliştirmeleri gerekiyor. Nitekim bu yönde çalışan girişimler tüm dünyada yavaş yavaş oluşuyor. ☺



# “İnternet fırtına ise blockchain kasırga olacak”

800 milyar dolarla zirveyi gören kripto para hacmi, manipülasyonların etkisiyle 400 milyar dolara geriledi. Şüpheli yaklaşan büyük yatırımcıların piyasaya kademeli girişiyle bu pazarın 2018 sonunda 1 trilyon doları aşması öngörülüyor...

SEDA UYGUN  
PALA



**B**lockchain teknolojisi, adını dijital para birimi Bitcoin ile duyurdu. Bu teknolojinin sadece finans alanına yönelik bir teknoloji olduğu sanılsa da sağlık sektöründen, turizme, sigortacılıktan mali denetime, yapay zekâ pazarından geleneksel ve sosyal medya kullanımına kadar hayatımızın her alanında kullanılması bekleniyor. Blockchain devrimi, sadece IT sektörünü değil, neredeyse tüm iş alanlarını kapsayacak bir gelişim potansiyeli taşıyor. Bir ara 800 milyar dolarlık hacme ulaşan kripto para dünyasının bugün 440 milyar dolar seviyelerinde olduğunu belirten ucuracak.com CEO'su Fahri Toğa, “Pazar, tavsiyeye dayalı yatırım üzerinden yürüdüğü için çok fazla manipülasyon görülüyor. Ancak son 2 yıldır denkleme katılan güçlü projeler ve ortaya konulan net faydayla şimdiye kadar kripto pazarına şüpheli yaklaşan büyük yatırımcıların piyasaya kademeli girişi bekleniyor. Kripto piyasa hacminin bu girişlerle 2018 sonu itibarıyla 1 trilyon doları aşması bekleniyor” diyor.

## Telefonla 40 yılda, blockchain ile aylar içinde...

Telefon ve elektriğin 40 yıl, kredi kartlarının 28 yıl, internetin 7 yıl; Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal paylaşım platformlarının ise 3 yıldan az bir süre zarfında 50 milyon kullanıcıya ulaştığına dikkat çeken Toğa, blockchain'in getireceği sürprizlere hazır olunması gerektiğinin altını çiziyor:

“Bu yeni teknolojiyi aylar içinde milyonlarca kişi kullanmaya başladı. Dolayısıyla blockchain'in günlük hayatta kullanılmasıyla birlikte internetin 1990'larda sağladığı etkiden daha fazlasını özel ve iş hayatımızda göreceğiz. Nitekim biz de ucuracak.com ile Bitcoin, Ethereum ve Ripple dijital paralarla uçak bileti satışına başlamıştık. Şimdi ise dijital paralarla konaklama hizmeti sunmaya hazırlanıyoruz. Ayrıca



Fahri Toğa

ödeme teknolojisi altyapımızı akıllı kontratlar ve otomasyon sistemleriyle optimize ederek daha kolay ve hızlı hale getirmek için teknik altyapı çalışmalarımızı tamamlamak üzereyiz. 1990'ların başındaki internet devriminden çok daha büyük bir devrimle karşı karşıyayız. İnternet fırtına ise blockchain'i kasırga olarak tanımlamak gerekir.” ☺

## “ATM'LERİN DE BANKACILARI İŞSİZ BIRAKACAĞI DÜŞÜNÜLMÜŞTÜ”

Fahri Toğa, mutabakat ve güvenlik bakımından üçüncü şahısları ortadan kaldırma potansiyeline sahip blockchain'e mesafeli bakmak yerine, bu teknolojinin açacağı kapılara odaklanılması gerektiğini vurguluyor. Risk olarak görenler içinse şu örneği veriyor:

“Yeni girişimlerden sonra iş kaybetme kaygısı geçmişte de yaşandı. ATM'lerin çalışmaya başladığı 1970'lerin Amerika'sında bankacıların işsiz kalacakları sanılırken tam tersi oldu; her yıl yüz binlerce bankacı işe alındı ve şube sayıları hızla arttı. Para saymak

gibi makinelerin daha iyi ve hızlı yapabileceği işlerin devredilmesiyle çalışan işgücü; müşterilerle ilişkileri kuvvetlendirmek, olası problemleri çözmek gibi yeni ürünlerin, çözümlerin geliştirmesine katkı sağlayacak şekilde konumlandırılmalı.”

# BLOCKCHAIN'in ayak sesleri



Elif Bilge Eder

**B**lockchain teknolojisinin sözleşme süreçlerini hızlandırdığına önceki yazılarımda değinmiştim. Ancak o dönemde henüz elle tutulur bir finansal işlem örneği veremediğimizden, bu özelliği ete kemiğe büründürememiştik. İşte nihayet geçen nisan ayında elle tutulur bir örnek karşımıza çıktı...

## İlk blockchain'li kredi işlemi

İspanyol BBVA dünyada ilk kez blockchain ile kredi veren banka oldu. Banka ile borçlu arasında yürütülen müzakereler de dâhil tüm süreç, dağıtık kayıt teknolojisi blockchain üzerinden tamamlandı. Böylece 75 milyon Euro tutarındaki kurumsal kredi işlemi blockchain ile tahsis edildi ve bu işlemde Ethereum'un halka açık blockchain altyapısı kullanıldı.

Blockchain teknolojisinin kullanımıyla normalde günler alan kredi müzakere sürecinin saatlerle ifade edilecek bir süre içinde neticelendiği açıklandı. Blockchain teknolojisi, kurumsal krediler sürecinin daha etkin, şeffaf ve güvenilir bir şekilde yürütülebilmesine imkân sağladı ve sağlayacak.

## Neden blockchain?

Blockchain altyapısı, böylesi karmaşık işlemlere ilişkin değişiklik ve güncellemelerin tüm taraflarca aynı anda izlenebilmesini sağlarken, süreçlerin de sadeleşmesine ve hızlanmasına yol veriyor.

Kredi piyasasındaki en karmaşık süreçlerin kurumsal krediler ve sendikasyon kredileri olduğunu söyleyebiliriz. Zira bu tür kredilerin sözleşme ve tahsis süreçlerine çok sayıda ekip müdahil oluyor ve bu ekiplerin süreç

ileşkin kayıtlara erişimi, gözlemi gerekiyor. Dolayısıyla blockchain'in bu tür kredilerin tahsisinde yaygın şekilde kullanılabilceğini şimdiden söyleyebiliriz.

## Blockchain çözümleri

Birçok banka, süreçlerini basitleştirmek ve maliyetlerini düşürmek amacıyla Blockchain teknolojisini inceliyor. Bu hedeflerinin yanında FinTech'lerle rekabette yeni iş modelleri geliştirmek için de yine blockchain teknolojilerinden nasıl faydalanabileceklerini anlamaya çalışıyorlar.

Bir kısım finansal kurum, mevcut iş modellerinde karşılaştığı problemleri somut şekilde blockchain ile çözebileceği modeller üzerinde çalışmalara başladı bile.

Finansal piyasaları düzenleyen ve denetleyen kurumların da blockchain'e ilgisi giderek artıyor. Blockchain'e ilgi duyan bankalarla beraber bu kurumlar da yasal çerçevede bu teknolojiye nasıl faydalanabileceklerini araştırıyor.

Blockchain tabanlı çözümlerin farklı alanlardaki finansal hizmetleri dönüştüreceğine inanıyorum. Belki de şu anda aklımızın ucundan bile geçmeyen birçok ürün ve hizmet bu teknolojinin kullanımıyla farklılaşacak, basitleşecek ve daha güvenilir hale gelecek.

## Açık sistemler

Ekonominin dijitalleşmesi, bankaları giderek daha şeffaf ve açık olmaya itiyor. Geçtiğimiz yıllara göre globalde ve ülkemizde bankaların FinTech'lerle işbirliğini artırdığına tanık oluyoruz. Çoğu bankanın altyapısı açık sistemlere evrilmeye uygun değil. Bu noktada mikroservis teknolojilerinin dış entegrasyonlar için bankaların imdadına yetişeceği ve dağıtık kayıt teknolojisi blockchain'in de desteğiyle "tak çalıştır" yapısına geçişin kolaylaşacağı konuşuluyor.

Bu görüşe ben de katılıyorum. Zira bankaların çerçevesi kesin hatlarla çizilmiş süreçlerinin rekabete uyumlu şekilde dönüştürülmesi gerekiyor. FinTech'ler müşterilerine bu esnekliği sağlayabilirken bankalar neden başaramasın? FinTech sistemlerine entegrasyon için gerekli API bilgileri açık ve şeffaf şekilde internet sitelerinden ilan ediliyorken, paralelde bankalar da benzer hizmetleri verebilmeli.

## Dünya Bankası

Dünya Bankası da blockchain teknolojisini araştıran kurumlardan biri ve bu teknolojiyi finansal kurumlar arasındaki güvenin oluşturulması için önemli bir potansiyel olarak



“ İstedğin şeyi elde etmenin ilk adımı, istemedğin şeylerden kurtulma cesaretine sahip olmaktır. ”

ZIG ZAGLAR



görüyor. Denetim ve sosyal açıdan gelişmekte olan ülkelerde uygulanan pilot projelerin geliştirilmesi için de bir “Blockchain Laboratuvarı” kurmuş durumda.

Laboratuvarın kuruluş amacı, bankanın ülke müşterilerine yardımcı olabilmek adına blockchain teknolojilerinden nasıl faydalanılabileceğini daha iyi anlayabilmek. Sınır ötesi ödemeler, arazilerin yönetimi ve karbon kredilerinin yönetimiyle ilgili örnekler araştırılıyor; Dünya Bankası çalışanları müşterilere blockchain teknolojileriyle çözümler sunmayı hedefliyor.

Microsoft, Amazon gibi uzman şirketlerle iş ortaklığı yaparak blockchain teknolojilerini daha etkin kullanmayı amaçlayan Dünya Bankası, henüz bu süreçleri netleştirmemiş olduğunu açıklasa da şimdiden bu alanda yatırım yapması önemli bir gelişme.

### Blockchain neden güvenli?

Blockchain teknolojisi dağıtık kayıtlar ve veritabanındaki uçtan uca kural seti ve yazılım altyapısındaki protokol setiyle güvenliği sağlıyor. Bu protokoller blockchain katılımcılarının farklı şekillerdeki oylama mekanizmalarıyla doğrulanıyor ve bu yolla veri alışverişlerinde ek bir güvenlik katmanı sağlanmış oluyor.

■ **Dağıtık kayıt yapısı:** Blockchain merkezi bir kayıt yapısında kurulu olmadığından ve sayısız düğümden oluştuğundan, blockchain’i güvenilir ve kırılsız yapıyor. Sistemi kırmaya yönelik girişimler tek bir merkeze değil tüm düğümlere yöneldiğinden, blockchain süreçleri bu girişimi engelleyebiliyor ve yanı sıra iş süreçlerine yönelik potansiyel tehditleri de algılayabiliyor.

■ **Değiştirilemez veri yapısı:** Blockchain ağı üzerinde veri bir kez kaydedildikten sonra değiştirilmesi mümkün

değil. Verideki değişiklikler ancak ve ancak tüm veri bloklarının aynı anda konsensüs sağlanmasıyla mümkün olabiliyor.

■ **Aracısız veri paylaşımı:** Güvenliğin sağlanması sistemin ana karakteristiği olduğundan işlemlerde arabuluculara yer yok. Katılımcılar kendi aralarında doğrudan veri alışverişinde bulunabiliyor. Sistem bu süreçlerdeki güvenliği matematikle sağlıyor. Örnekleme gerekirse, banka tarafından kullanılan blockchain üzerinde tedarikçi ile müşteri doğrudan veri alışverişinde bulunabilirken, bu veri ağı üzerindeki tüm partiler tarafından şeffaf, güvenli ve değiştirilemez şekilde izlenebiliyor.

Blockchain’in özel sektördeki kurumlara cazip kılan özellikleri, devletler için de farklı açılardan önem arz ediyor. Halka açık blockchain sistemleriyle biyometrik ve kriptografik kimlik tanımlama yapılarak sahtecilik girişimlerinin engellenmesi gibi süreçlerin de gelişeceği söylenebilir.

Blockchain’in iş süreçlerinde kullanılacağı ve yaygınlaşacağı konusunda iş dünyasının çekimserliğinin azaldığını düşünüyorum. Ancak finansal kurumların bu teknolojiyi kendi süreçlerine adapte edebilmeleri için iş modellerini dönüştürmeleri gerekiyor. ☹



# Yapı Kredi'nin 2020 vizyonu



Gökhan Erün

**YapıKredi**

Yapı Kredi, 2020 yılında ortalama maddi özkaynak kârlılığını en az yüzde 17'ye, gelir marjını da yüzde 4.7'ye taşıyarak kârlılıkta sektörün en iyisi olmayı hedefliyor. Banka, 2020 vizyonu doğrultusunda geleceğin bankacılık modelini de bugünden inşa etmeye hazırlanıyor...

**B**u yılın başında Yapı Kredi'ye CEO olarak atanan Gökhan Erün, yönetiminde geçen 100 günü ve bankanın geleceğe yönelik planlarını anlattı. 2018 yılına hızlı bir başlangıç yaptıklarını belirten Erün, bankanın geleceğini şekillendirecek 2020 yol haritası hakkında şu bilgileri verdi: "Yapı Kredi olarak uzun süreli bir planlama neticesinde 2020 vizyonumuzu oluşturduk. Bu doğrultuda 2018'e güçlü bir şekilde başladık. Yılın ilk çeyreğinde ülke eko-

nomisine can katacak 289 milyar TL'lik kaynak sağladık. Toplam aktiflerimizi 329 milyar TL'ye çıkarırken, net kârımızı 1 milyar 244 milyon TL olarak açıkladık. 2020 planımızın temelinde iki ana eksen var: Birincisi, müşteriye merkeze alan hizmet modelimiz. Bunu sağlayacak vazgeçilmez ana yapıtaşı ise yetkin ve işine tutkuyla bağlı insan kaynağımız. Bizim açımızdan değerli insan kaynağımız gidilecek her yolda, her zaman en önemli unsur. Teknolojinin de desteğiyle müşteriye odakta tutmaya

ve katma değerli hizmet sunmaya devam edeceğiz. İkincisi ise, özellikle güçlü bilanço yapısıyla karlılıkta liderliği hedefleyen bir kurum olarak geleceğin bankacılığını bugünden inşa etme istek ve gücümüz...

Özetle, en güncel teknoloji ve işine bağlı insan kaynağımızla yürüttüğümüz hizmet modeliyle müşteri odaklı bir banka olmaya devam edeceğiz ve sağlıklı bir büyüme sağlayacağız. Bunu da her biri eşit değerde önemli olan bazı stratejik yapıtaşlarıyla gerçekleştireceğiz.

Bu yapıtaşlarının ilki, toplam tutarı yaklaşık 1.5 milyar doları bulacak ana sermaye artırımıyla sermaye pozisyonumuzun güçlendirilmesi ve optimizasyonu olacak. Bu işlem, son 10 yılda Türkiye’de gerçekleştirilen en büyük bedelli sermaye ihracı olacak. Küresel piyasalardaki tüm belirsizliklere rağmen, alınan bu karar, ana hissedarlarımızın yanı sıra yabancı yatırımcıların ülkemize ve Yapı Kredi’ye duyduğu güvenin en güzel göstergesi.

2020 vizyonumuzu oluşturan diğer yapıtaşları ise iş hacimlerinde sağlıklı ve dengeli büyüyerek ve işlem bankacılığını artırarak sürdürülebilir gelir elde etmek, verimlilik kazanımlarıyla maliyet yapısını iyi yönetmek ve risk maliyetlerini iyileştirmek olacak.”

#### **Başarının anahtarı: Sektörde farklılaşmak**

Yapı Kredi’nin Türkiye’nin en köklü ve en değerli kurumlarından biri olduğunu ve tam 74 yıldır “Hizmette Sınır Yoktur” anlayışıyla Türkiye’ye hizmet ettiğini belirten Erün, bankanın sektörde farklılaşmasını sağlayacak unsurları da şu şekilde açıkladı:

“Değişen ve gelişen koşullara rağmen müşteriye her zaman merkezde tutan eşsiz ve evrensel bir anlayışa sahibiz. Önümüzdeki dönemde de gücümüzü değerli markamızdan, yetkin insan kaynağımızdan, güçlü hizmet kanallarımızdan, dijitalleşmeden, deneyimli üst yönetimimizden ve hakim hissedarlarımızdan alacağız.

Ülkemizin en değerli 10 markasından biri olan Yapı Kredi olarak, başta kredi kartları pazarının 30 yıldır lideri World olmak üzere birçok alanda sektöre öncülük ediyoruz. Türkiye’de 850’den fazla şubemiz ve 4 bin 300’ü aşkın ATM’imizle faaliyet gösteriyoruz. Her ay 100 milyon adet finansal işlem gerçekleştiriyor, Türkiye genelinde 13.1 milyon aktif müşteriye hizmet ediyoruz.

Sektördeki dijitalleşmeye öncülük etmek bizim vazgeçemeyeceğimiz bir alan. ‘Türkiye’nin Dijital Bankası’ olarak teknolojiyi müşterilerimizin hayatına değer ve kolaylık kat-

mak için kullanıyoruz. Özellikle dijital bankacılık alanında müşterilerimize katma değerli ürün ve hizmetler geliştirmeyi sürdüreceğiz. Bu alanda yatırımlarımıza önümüzdeki dönemde de devam edeceğiz. Bugüne kadar bu alanda aldığımız yol ile Mart 2018’de dijital kanallarımızı kullanan müşteri sayısını yıllık yüzde 29, mobil bankacılık müşterisini ise yüzde 44 artırdık. Son 3 yılda mobil müşteri sayımız 5 kat, mobilden yapılan işlem sayımız ise 10 kat arttı. Nakit dışı işlemlerde dijital kanallarımızın payı ise yüzde 95’in üzerinde gerçekleşti. Yapı Kredi olarak dijitalleşme alanında gelişmiş analitik, robotik ve yapay zeka teknolojilerinden de yararlanıyoruz. Tüm bu yeni teknolojilerden müşterilerimizin hayatını daha fazla kolaylaştırmak adına faydalanmaya devam edeceğiz. Stratejik plan çerçevesinde atacağımız adımlarla, 2020 yılında 7 milyondan fazla dijital müşteri sayısına ulaşmayı ve toplam işlemlerde dijital kanaldan gerçekleştirilen işlemlerin payını 15 puan artırmayı hedefliyoruz. Ana hissedarlarımız ve onların arkamızdaki büyük desteği, deneyimli üst yönetim kadromuz ve sektörün yüzde 68 ile en yüksek çalışan bağlılığına sahip tutkulu insan kaynağımız ile kendimizi daima geliştirmeye, daha iyisini yapmaya ve yenilemeye devam edeceğiz.” ☺



### **“TOPLUMA KATKI SAĞLAMAKTA DA ÖNCÜLÜĞÜMÜZ SÜRECEK”**

Yapı Kredi’nin kuruluşundan bu yana tüm faaliyetlerinde toplumsal katkıyı gözetilen vizyonunu kesintisiz sürdürdüğünü ifade eden Gökhan Erün, bu alandaki çalışmalarla ilgili de şu bilgileri paylaştı:

“Kültür ve sanatın bankası sıfatımız doğrultusunda Türkiye’de toplumsal hayata katkıda bulunmak için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Bu alanda sanatseverler için bir pusula niteliğinde olan Yapı Kredi Kültür

Sanat binası son derece modern ve çarpıcı bir mimari estetikle Beyoğlu’na yeniden hayat verdi. Yılın başında 5 bininci eserini basan ve bu sayıyı her geçen gün hızla artıran Yapı Kredi Yayınları da Türkiye’de yayıncılığın en önemli kalelerinden ve toplum için çok önemli bir misyonu yerine getiriyor. Sadece kurumsal değil bireysel olarak da Yapı Kredililer tüm çalışmaların merkezinde gönüllü olarak sorumluluk alıyor. Son olarak

Yapı Kredi Gönüllüleri ve Young Guru Academy Anadolu’ya Bilim Göçü projesiyle Türkiye’nin geleceğini oluşturacak nesillerin yetişmesine katkıda bulunuyor. Türkiye’nin en uzun soluklu ve en prestijli projesi Yapı Kredi Affe Tiyatro Ödülleri de 22 yıldır kesintisiz olarak tiyatromuza desteğini sürdürüyor. Bu projelerimiz ve daha niceleriyle toplumdaki aldığımızı topluma vermeye devam edeceğiz.”

# AKBANKLILAR telefonu salladı Direkt Kredi yüzde 20 büyüdü

Aralık 2015'te kullanıma sunulan Direkt Kredi, o tarihten bu yana Akbank'ın en çok tercih edilen dijital bankacılık ürünlerinden biri oldu. Aralık 2017'den bu yana ise Akbank'a yapılan Direkt Kredi başvurularının yüzde 56'sı telefonunu sallayarak kullanabileceği kredi tutarını öğrenen müşteriler tarafından yapıldı...

**A**kbank'ın Aralık 2017'de "Telefonu salla kredini gör anında" sloganıyla başlattığı uygulama, bankanın "Direkt Kredi" hacmini yüzde 20 büyüttü. Bu yenilikle Akbank Direkt kullanıcıları, kullanabilecekleri kredi tutarını sadece telefonlarını sallayarak öğreniyor ve dilerse kredilerini anında hesaplarına aktarabiliyor.


Akbank Direkt Bankacılıktan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Tolga Ulutaş, Türkiye'de bir ilk olarak nitelendirdiği bu hizmetin çıkış noktasını ve faydalarını şöyle anlatıyor: "Akbank Direkt, müşterilerimizin günlük hayatları içindeki

finansal ihtiyaçlarına ek bir süreç yaratmadan, ihtiyaç anında çözüm sunmayı hedefliyor. Örneğin, ödemeler dünyasının mobil cüzdan, QR kod, temassız ödemelere kaydığı günümüzde, müşterilerimiz için ödeme anında en kritik soru nakit ihtiyaçlarını nasıl karşılayacakları. Bu ihtiyacı karşılığın, kullanılabilecek kredi tutarının saniyeler içinde öğrenilebileceği yeni bir servis geliştirerek sunduk. Ürünümüzle müşterilerimiz alışverişe başlarken sadece telefonlarını sallayarak kullanabilecekleri kredi tutarını öğrenebiliyor, alışverişlerini buna göre planlayabiliyor. Müşterilerimiz, nakit ihtiyaçlarının olduğu her anda bu özellikten faydalanabiliyor. Hem

pratik hem de eğlenceli olmasıyla öne çıkan bu özellikle kullanabilecekleri kredi tutarını öğrenen müşterilerimiz, dilerse krediyi anında hesaplarına da aktarabiliyor. Bu dönemde Akbank'a yapılan Direkt Kredi başvurularının yüzde 56'sı telefonunu sallayarak kullanabileceği kredi tutarını öğrenen müşteriler tarafından yapıldı. Akbank müş-



Tolga Ulutaş

terilerinin şubesiz bankacılık süreçlerinde kullanabileceği ihtiyaç kredisi ürünü, Akbank Direkt Kredi, Aralık 2015'te hayatımıza girdiği günden bu yana en çok tercih edilen dijital bankacılık ürünlerinden biri oldu. Bugün ihtiyaç kredisi kullanmak isteyen 3 müşterimizden 2'si dijital kanalları tercih ediyor. Ürünümüze eklediğimiz bu yeni özellikte müşteri deneyimi tasarımının ne kadar önemli olduğunu yeniden kanıtladık. Markalar artık yeni ürün geliştirmenin yanında ayrıca mevcut ürünlerde sundukları deneyimi iyileştirerek bu ürünlerin kullanımını artırırken, müşteri memnuniyetini de eş zamanlı yukarıya taşıyor. Akbank olarak hayatın kalbinde yer alarak, müşterilerimizin satın alma kararlarında inovatif ve pratik süreçlerle onların yanlarında olmayı hedefliyoruz." 



## AKBANK'TAN BİR İLK DAHA: SELFİE İLE GİRİŞ

Öte yandan Akbank, günlük hayatın içinde olan ve hayat kolaylaştıran "yüz tanıma" teknolojisini bankacılık uygulamalarında kullanan ilk banka oldu. Tolga Ulutaş, "Selfie hayatımızın bu kadar içine girmişken 'Akbank Direkt'e de selfie ile giriş neden yapılamasın' dedik ve Türkiye'de bir ilki gerçekleştirdik. Artık müşterilerimiz Akbank Direkt'e yüzlerini tanıtıyor ve şifre girmeye gerek olmadan Selfie'leri ile giriş yapabiliyor" diyor.





**PSM**  
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

# ÖDEME SİSTEMLERİ SEKTÖRÜNÜN RAKİPSİZ DERGİSİ

Sektörün tüm temsilcilerini  
kapsayan zengin içerik

Banka ve kredi kartları, internet bankacılığı, e-ticaret, POS, ATM, mobil/ temassız ödemeler başta olmak üzere bankacılık ve finans sektörüne yönelik haberlerin yayınlandığı PSM; yenilenen, güçlenen içeriği ve yeni yüzüyle Aralık 2013'ten itibaren her ay okuyucularıyla buluşmaya başladı. PSM'nin zengin içeriği, başlıca şu konulardan oluşuyor:

- \* Ödeme sistemleri sektörüyle ilgili haber-araştırma, dosya ve röportajlar
- \* Banka & Kredi Kartları
- \* Temassız & Mobil Ödeme
- \* ATM & POS Terminalleri
- \* İnternet Bankacılığı
- \* Mobil Bankacılık
- \* E-Ticaret
- \* İnovasyon - Yeni Ürünler
- \* Güvenlik Çözümleri
- \* Türkiye ve dünyadan ödeme sistemleri verileri, sektörle ilgili düzenli istatistikler

**GMD**  
GÜNDEM MEDYA GRUBU

## Abone Formu

**PSM**  
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



Yılda 12 sayı yayınlanan PSM Dergisi'ne abone olmak istiyorum.

Adı Soyadı: .....

Adres ve Fatura Bilgileri: .....

Posta Kodu: .....

Şehir: .....

Tel: .....

Faks: .....

Ödeme Bilgileri

Yıllık abonelik bedeli 120 TL'yi

Erişim Medya Radyo Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş.'nin

Hesap

IBAN

772 - 6298270 TL

TR54 0006 2000 7720 0006 2982 70

Banka / Şube

GAR/ CUMHURİYET CD/TAKSİM

Bu formu 0212 238 72 07 no'lu faksa ya da Cumhuriyet Cad. No: 147 / 6 Harbiye / Şişli / İstanbul adresine gönderiniz.

# Yemek kartı hizmetlerinde yeni dönemin şifreleri



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

**U**zunca bir süredir kamuoyunun gündeminde olan yemek kartı hizmeti sektörüne yönelik tartışmalara Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından çıkarılan yönetmelikle son nokta kondu. 6585 sayılı “Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun” kapsamında çıkarılan “Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmelik”te yapılan değişiklikler 22 Mayıs 2018 tarih ve 30428 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girdi.

## Denetim, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı’nda

Söz konusu değişiklikler yemek kartı hizmeti sunan veya sunma planları olan kuruluşlar bakımından önemli yenilikler içeriyor. Öncelikle, 22 Mayıs 2018 tarihinden itibaren yemek kartı hizmeti sunmak isteyen kuruluşlara, faaliyete başlamadan önce Gümrük ve Ticaret Bakanlığı’na bildirimde bulunma zorunluluğu getirildi. Diğer bir deyişle yemek kartı hizmeti sunan kuruluşlar, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı’nın daha yakın takip ve denetiminde faaliyetlerini yürütecek. Bununla birlikte, söz konusu yönetmelik değişikliğinin yürürlüğe girdiği tarih itibarıyla yemek kartı hizmeti sunmakta olan kuruluşlar tarafından 3 ay içinde Gümrük ve Ticaret Bakanlığı’na bildirim yapılması gerekiyor.

## Hizmetin tanımı ve kapsamı

Yemek kartı hizmeti, ilgili yönetmelikte “işverenlerce, personeline işyeri dışında yemek hizmeti temin etmek suretiyle sağlanan menfaatin, yemek kartı hizmeti veren kuruluşlarca çıkarılan ve nakit olarak kullanılmayan yemek kartı ve benzeri sistemler üzerinden ve bu kuruluşların anlaşmalı olduğu perakende işletmelerde karşılanması” olarak tanımlanıyor. Bu yüzden işbu yönetmeliğin kapsamı, yukarıda tanımlanan şekilde hizmet veren kuruluşlarla sınırlanmış oldu. Ek olarak, yemek kartlarıyla aynı amaçla kullanılan yemek çekleri ile çevrimiçi sistemler ve benzeri uygulamalar hakkında da bu yönetmelik hükümleri uygulanacak.

## İskonto ve benzeri menfaat talepleri yasaklandı

Söz konusu düzenlemeyle getirilen en önemli değişikliklerden biri de yemek kartı hizmeti veren kuruluşların, sözleşme yaptıkları özel ve kamu sektöründeki işverenlere, kendileri veya başka bir teşekkül üzerinden, doğrudan ya da dolaylı olarak herhangi bir iskonto uygulayamayacağı ve farklı adlar altında menfaat sağlayamayacağı. Aynı şekilde, işverenler de bu kuruluşlardan iskonto ya da başka bir menfaat talep edemeyecek. Yemek kartı sektöründe müşteri kazanmanın en önemli yöntemlerinden birinin iskonto uygulamaları olduğu düşünüldüğünde,





**22 Mayıs 2018'den itibaren yemek kartı hizmeti sunmak isteyen kuruluşlara, faaliyete başlamadan önce Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'na bildirimde bulunma zorunluluğu getirildi. Yemek kartı hizmeti veren kuruluşların anlaşmalı olduğu perakende işletmelere uygulayacağı komisyon oranı yüzde 6'yı geçemeyecek. İskonto ve farklı adlar altında menfaat sağlamaya yönelik karşılıklı talepler de yasaklandı...**



bu hükmün sektörde birtakım düzenlemelerin yapılmasını gerektireceği açık.

### **Komisyon tavanı yüzde 6 ile sınırlandırıldı**

Bilindiği gibi, yemek kartı kuruluşlarının üye işyeri olan restoranlardan aldığı komisyon oranları kamuoyunda çok tartışıldı. Nitekim yönetmelik değişikliğinin en çok ses getiren hükmü de komisyon oranlarına getirilen tavan oldu. Buna göre, yemek kartı hizmeti veren kuruluşların anlaşmalı olduğu perakende işletmelere (restoran vb) uygulayacağı komisyon oranı yüzde 6'yı geçemeyecek. Bununla birlikte yemek kartı hizmeti veren kuruluşlar, perakende işletmelerden; sözleşmeyle belirlenen komisyon dışında, uygulama barındırma, kira, sarf malzemesi, işletim, teknik destek, bakım bedeli ve depozito gibi adlar altında herhangi bir bedel talep edemeyecek. Özellikle bu hüküm, yönetmelik değişikliğinin yürürlüğe girdiği andan itibaren hukuki olarak rekabet hukuku bağlamında ve özellikle tacirler arası sözleşme serbestisi ilkesi kapsamında tartışılmaya açıldı.

Bir diğer önemli değişiklik de yemek kartı kuruluşları tarafından uygulanan vade uygulamasına getirilen sınır. İşverenlerce yemek kartı hizmeti veren kuruluşlara ve bu kuruluşlarca anlaşmalı perakende işletmelere yapılan ödemelerin süresi 30 günü aşamayacak. İlgili sürenin fatura tarihi itibarıyla başlayacağı da ayrıca yönetmelik değişikliğinde belirtiliyor.

### **6493 sayılı yasadan istisna olmanın koşulu...**

Yönetmelik değişikliği, yemek kartı hizmeti veren kuruluşların akaryakıt, hediye, ödül, teşvik, yardım, konaklama, temsil ve ağırlama gibi hizmetler için çıkardığı kartları kapsam dışında bırakıyor. Yönetmelik hükümleri bu hizmetlere ilişkin (komisyon oranlarına getirilen tavan vb) uygulanmayacak. Bununla birlikte, 6493 sayılı "Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun" hükümleri saklı tutulmak suretiyle, işlem ve ödemelerin her bir hizmete özgü olması ve buna ilişkin teknik altyapının oluşturulması kaydıyla birden fazla hizmet için tek bir kartın kullanılabilmesi yönetmelik değişikliğinde ifade ediliyor. Kısacası yemek kartı hizmeti veren kuruluşların yukarıda sayılan hizmetleri tek bir kart üzerinden vermek istemesi durumunda, BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu) denetimine tabi olma olasılığı gündeme geliyor. Mevcut durumda yemek kartı hizmeti sunan kuruluşlar, sınırlı hizmet ve mal kapsamında 6493 sayılı kanundan istisna tutuluyor.

Önümüzdeki günlerde sektörde yaşanacak hızlı değişimleri hep birlikte izleyeceğiz. Keza yemek kartı hizmeti veren kuruluşlar ile işverenler veya perakende işletmeler arasında düzenlenen sözleşmelerde değişikliklere aykırı hükümlerin bulunması halinde, yürürlük tarihten itibaren 6 ay içinde yönetmeliğe uygun hale getirilmek zorunda. ☹

# ÖDEME DÜNYASI ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ BEKLİYOR



PSM AWARDS

**D**ergimizin onuncu yılına özel düzenlediğimiz PSM Awards için başvurular başladı. Teknolojide inovasyona dayalı bir prestij ödülü olan PSM Awards; yenilikçi ürün ve ödeme hizmetleri geliştirme ve iyileştirme çalışmalarını desteklemeyi, inovatif projeleri öne çıkararak bunların gelişimindeki iş modellerinin, deneyimlerin ve birikimlerin paylaşılmasını sağlamayı, ödeme sistemleri endüstrisinde yaratıcılığı teşvik etmeyi amaçlıyor.

## BAŞVURU SÜRECİ

Pazara sunulmuş, bir veya birden fazla ürün ve/veya hizmet ile PSM Awards'a başvurulabiliyor. Ödüle aday firmalar, PSM Awards'a başvurularını [www.psmmag.com](http://www.psmmag.com) üzerinden başvuru formunu doldurarak yapabiliyor.

## BAŞVURU ANA KATEGORİLERİ

- **Ürün:** Yeni ürün üretilmesi veya ürün kalitesi/standartının yükseltilmesi (Ürün yeniliği)
- **Hizmet:** Ödeme teknolojilerinin geliştirilmesi veya maliyet düşürücü ve kalite standartlarını yükseltici yeni tekniklerle hizmetin geliştirilmesi (Hizmet yeniliği)

## ÖDÜL TAKVİMİ

- **1 Haziran - 15 Ağustos 2018:** Başvuruların alınması
- **Ağustos 2018:** Başvuruların değerlendirilmesi
- **Eylül 2018:** Finalistlerin belirlenmesi
- **Ekim 2018:** Ödül takdimi

## BAŞVURU KOŞULLARI

- PSM Awards; startup, KOBİ ve büyük ölçekli işletmelerin başvurularına açık.
- Pilota çıkmış çalışmayla başvuru yapılabilir. Uygulamaya geçmemiş, tamamen proje aşamasındaki başvurular ise değerlendirmeye alınmıyor.
- Birden fazla kategoriye başvuru yapılması mümkün.

- Başvuruların, başvuru formunda yer alan ve ölçülebilir çıktuları hedefleyen bilgiler kapsamında yapılması gerekiyor.
- Başvuruların geçerliliği için, başvuru formunun belirtilen tarihler içerisinde doldurmuş olması gerekiyor.

## DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Şartlara uyum kontrolü yapıldıktan sonra, üniversite ve özel sektör kuruluşu temsilcilerinden oluşan jüri üyeleri başvuruları değerlendirecek ve ödül sahiplerini belirleyecek.

## PSM AWARDS DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

- Yenilikçilik, özgün katkı, teknoloji düzeyi
- Rekabet
- Ekonomik öngörüler/Gerçekleşmeler
- Ulusal kazanımlar

## ÖDÜL KATEGORİLERİ

- En İnovatif Ürün
- En İyi Mobil Ödeme Çözümü
- En İyi Online Ödeme Çözümü
- Yılın Teknoloji Sağlayıcısı
- En İyi Ödeme Sistemleri Altyapısı
- En Çok Ödeme Sistemleri Çözümü İhraç Eden Firma
- Yılın Startup'ı

## SOSYAL SORUMLULUK

Toplanan başvuru ücretleri, PSM Awards "Yenilikçi Beyinler Fonu" kapsamında öğrencilere ve/veya eğitim kurumunun bilişim/teknoloji altyapısını geliştirmek üzere belirlenen kuruma bağışlanacak.

## FIRSAT

PSM Awards'a katılanlar da kazananlar da Gündem Medya Grubu'nun geniş veritabanımın sunduğu iletişim ve pazarlama olanaklarından en üst seviyede faydalanarak, marka bilinirliğini pekiştirme fırsatı bulacak. ☺



Sadece en iyiler kazanır!



0212 255 32 92

www.psmmag.com

gundem@gundemmedyagrubu.com

**B K M**BANKALARARASI  
KART MERKEZİ

KATKILARIYLA

# ANNELER GÜNÜ ARİFESİNDE İŞLEM REKORU KIRILDI



Bankalararası Kart Merkezi verilerine göre Türkiye’de kullanılan kart sayısı 200 milyona ulaştı. Anneler Günü arifesinde işlem rekoru kırılırken, anneler için hediye tercihleri mücevher, elektronik eşya ve kozmetik oldu...

TABLO 1

## Toplam kart sayısı 200 milyona ulaştı

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) 2018 yılı nisan ayı verilerini açıkladı. BKM’nin verilerine göre, nisan ayı sonunda Türkiye’de 63.9 milyon adet kredi kartı ve 135.9 milyon adet banka kartı bulunuyor. 2017 yılının nisan sonundaki verilerle kıyaslandığında kredi kartı sayısında yüzde 7, banka kartı sayısında ise yüzde 11 artış görülüyor.



## Kart sayıları (Milyon adet)

	2017 Nisan	2018 Nisan	Değişim
Banka kartı	121.1	135.9	% 11
Kredi kartı	59.7	63.9	% 7
Toplam	181.8	199.8	% 10



TABLO 2

## Kartlı ödemeler geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 21 arttı

BKM verilerine göre, banka kartları ve kredi kartlarıyla nisan ayında toplam 64.1 milyar TL’lik ödeme yapıldı. Bu tutarın 56.5 milyar TL’si kredi kartlarıyla ödenirken, 7.6 milyar TL’sinde banka kartları kullanıldı. Büyüme oranları özelinde incelendiğinde ise banka kartıyla ödemelerde önceki yılın aynı dönemine göre büyüme oranı yüzde 39 olurken, kredi kartıyla ödemelerde bu oran yüzde 19 olarak gerçekleşti.



## Kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)

	2017 Nisan	2018 Nisan	Değişim
Banka kartı	5.5	7.6	% 39
Kredi kartı	47.6	56.5	% 19
Toplam	53.1	64.1	% 21

EXTRE

### “Anneler Günü” haftasında sektörel kartlı ödeme tutarı (Milyon TL)

	2018 30 Nisan- 6 Mayıs	2018 7-13 Mayıs	Değişim
Kuyumculuk	238	362	% 52
Elektronik eşya	810	991	% 22
Sağlık ürünleri/Kozmetik	544	636	% 17
Mobilya ve dekorasyon	493	564	% 14
Giyim ve aksesuar	1.158	1.281	% 11



TABLO 3

### 12 Mayıs'ta bankalararası işlem trafiğinde işlem rekoru kırıldı

Bankalararası günlük ortalama işlem sayısının yılın daha önceki günlerinde 10-11 milyon arasında seyrettiği gözü önüne alındığında, Anneler Günü arifesi olan 12 Mayıs Cumartesi günü 12.3 milyon adede çıkarak rekor kırıldı. Anneler Günü'nü içeren 7-13 Mayıs haftasında kartlarla yapılan ödemelerde ise bir önceki haftaya göre yüzde 52 artışla kuyumculuk açık ara en fazla artış görülen sektör oldu. Yüzde 22 artışla elektronik eşya, yüzde 17 artışla sağlık/sağlık ürünleri/kozmetik, yüzde 14 artışla mobilya ve dekorasyon, yüzde 11 artışla giyim ve aksesuar da aynı bir önceki haftasına göre en fazla



artış görülen diğer sektörler arasında yer aldı. Hediye almalarının yoğunlaştığı kuyumculuk sektöründe ortalama kartlı işlem tutarı 634 TL olurken, elektronik eşya sektöründe 304 TL ve sağlık/sağlık ürünleri/kozmetik sektöründe ise 125 TL olarak gerçekleşti. “Anneler Günü” haftasında işlem rekoru kırılırken en fazla işlem bir önceki gün olan 12 Mayıs Cumartesi günü gerçekleşti. Cumartesi günü en fazla işlemin gerçekleştiği zaman dilimi olan 17.00-18.00 saatleri arasında 1.1 milyon adet işlem, en fazla işlemin yapıldığı dakika olan 17.44'te ise 20 bin adet bankalararası işlem gerçekleşti.

### TROY, 2 YILDA 2.5 MİLYONDAN FAZLA KARTTA YERİNİ ALDI

Bankaların ortak platformu ve kartlı ödeme sistemleri alanında Türkiye'nin inovasyon merkezi BKM tarafından geliştirilen kartlı ödeme sistemi ve markası Troy, 2 yılı geride bırakırken dikkat çeken bir başarı elde etti. Troy, Nisan 2016'da “Türkiye kartlı ödeme sistemlerinde yeni bir dönem başladı” söylemiyle kamuoyuna duyurulmuş ve kullanıma sunulmuştu. Troy'un bir kart markası olmasının ötesinde dijitalleşme ve inovasyon anlamında da öncü olacağını vurgulayan BKM Genel Müdürü Dr. Soner Canko, “Türkiye’de henüz kartlı ödemeyle tanışmamış 20 milyonu aşkın Türk vatandaşını Troy logolu kartlarla tanıştırmak üzere yola çıktık. Bu yolculukta ‘yerellik’ ve ‘dijitalleşme’ olmak üzere iki temel kavramı sahiplendik. Troy ile birlikte bize ait, bize özgü değerler içeren, bizim ihtiyaçlarınıza yanıt veren bir marka oluşturduk. Türkiye’nin bayrak taşıyıcı markası olmaya soyunduğumuz Troy ile 2 yılı geride bırakmanın mutluluğunu yaşıyoruz” diyor.



Nisan 2018 itibarıyla Troy logosu, banka kartı, kredi kartı ve ön ödemeli kart olmak üzere 2.5 milyonu aşkın kartta yer alıyor. 2017 yılında ise verilen her 100 banka kartından 11'i Troy logoluydu. Yani Troy yeni banka kartı pazarında, 1 yıldan kısa bir sürede yüzde 10'un üzerinde bir pazar payına ulaştı. Troy'un bugün 25 banka, 3 elektronik para kuruluşu olmak üzere toplam 28 üyesi bulunduğu dikkat çeken Canko, şu bilgileri paylaşıyor: “Bu 28 üye, Türkiye kartlı ödemeler pazarının yüzde 100'ünü

temsil ediyor. Görüldüğü üzere, Türkiye'nin bu yenilikçi ve genç markası kısa zamanda çok mesafe aldı. Bu yıl 7 milyon karta ulaşmak istiyoruz. Nihai hedefimizse her cüzdanda en az 1 Troy logolu kartın bulunması. Türkiye'deki kart kullanıcıları Troy'a kısa zamanda alıştı ve çok sevdi. Bu, elbette bizi son derece mutlu ediyor.” Troy için geçen yıl uluslararası bir ödeme kuruluşu olan

Discover ile yapılan işbirliğini hatırlatan Dr. Soner Canko, bu konudaki gelişmeleri de şöyle anlatıyor: “Discover ile yaptığımız işbirliği sayesinde Troy logolu kartlar 185 ülkede 41 milyonun üzerinde alışveriş noktasında ve 1.9 milyon ATM'de geçerli hale geldi. BKM'nin 2017 yılı verilerine göre Türk kart kullanıcıları, sadece yurtdışı seyahatleri esnasında değil bir o kadar da online olarak yurtdışı e-ticaret sitelerinden işlem yapıyor. Dolayısıyla Troy'un yurtdışı geçerliliğinin sağlanması kritik derecede önemli bir adımdı.”



ABD’de yapılan bir araştırma, bankaların dijital uygulamalarında finansal sağlığa dönük hizmet ve çalışmaların artması gerektiğini ortaya koyuyor. Gelecek kaygısı duyan tüketiciler, hesaplarını tek bir noktadan yönetmek, tasarrufları hakkında bilgi almak ve doğru yönlendirilmek istiyor. Uzmanlara göre bankalar bu konuda daha çok yapay zeka kullanmalı...

## Dijital ortamda da **finansal** sağlık hizmeti bekliyoruz



Bankaların yenilikçi, teknolojik hizmetlerinin ardı arkası kesilmiyor. Ancak araştırmalar, sunulan servisler ile müşterilerin beklediği hizmetlerin birbiriyle örtüşmediğini ortaya koyuyor. Nitekim ABD’li araştırma şirketi

Harris Poll tarafından Fiserv için hazırlanan son araştırma da bu yönde veriler içeriyor.

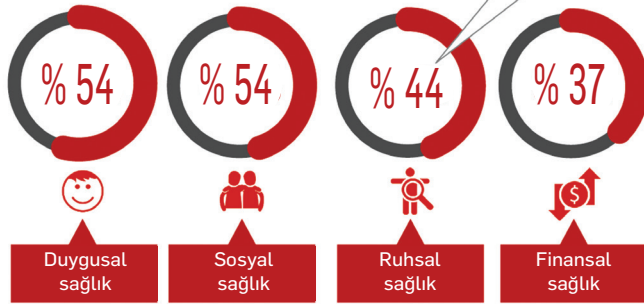
3 ay boyunca ABD’de dijital banka müşterileri arasında yapılan çalışma, müşterilerin daha komplike çözümler beklediğini gösteriyor.

ABD’de perakende ve dijital bankacılık konularında uzmanlaşan yayın organı The Financial Brand’in kurucu ortağı Jim Marous, bankaların artık yapay zeka destekli finansal sağlık araçlarına daha fazla önem vermesi gerektiğini düşünüyor. Marous, tüm yaş gruplarından tüketici-

lerin önemli bir bölümünün finansal sağlıkları konusunda endişe duyduğunu belirterek bankalara, “Sunduğunuz mevcut rapor ve öneriler gerçek zamanlı ve kolay kullanılmalı” uyarısında bulunuyor.

Araştırmayı yaptıran Fiserv’ün Pazarlama Stratejisi ve İnovasyondan Sorumlu Kıdemli Başkan Yardımcısı Matt Wilcox’un açıklaması da bu saptamayı destekler nitelikte: “Tüketici artık finans kurumlarından daha fazlasını bekliyor. Temel bankacılık hizmetlerinin ötesinde hizmet almak isteyen tüketiciler, finansal varlıklarını yönetmek için araçlara ihtiyaç duyuyor. Bu da finansal kurumların tüketiciler için güvenilir bir danışman haline gelmesi için müt-hiş bir fırsat yaratıyor. Bu kurumlar, müşterilerine kapsamlı bir finansal yönetim çözümü sağlamak için gereken veri ve kanal entegrasyonundan yararlanma olanağına sahip.”

### SAĞLIKLARINDAN MUTLU OLMAYANLARIN ORANI



### Milenyum kuşağında kaygı oranı daha yüksek

Tüketicilerin kaygı duyduğu bir başka konu da gelecekle ilgili... Nitekim hem Marous hem de Wilcox bu konuya dikkat çekiyor. Tüketicilerin finansal sağlıkları konusunda kaygı duymalarının hiç şaşırıcı değil. Çünkü Fiserv’ün araştırmasının sonuçlarına göre, tüketicilerin sadece yüzde 37’si finansal sağlık durumlarından memnun. Bu oranı daha yüksek gelire ve daha fazla varlığa sahip tüketiciler oluşturuyor. Ancak araştırmanın en dikkat çekici noktası, finansal sağlıklarından kaygı duyanların yüzde 50’sinin milenyum kuşağından olması... Bu kesim, 500 dolarlık bir borcu geri ödeme konusunda bile zorlanacaklarını düşünüyor.

### Tüketicinin talebi, bütçeyi tek bir kanaldan yönetmek

Araştırma, tüketicilerin bankalardaki hesaplarına erişme biçimlerinde olduğu gibi finansal refah durumlarını anla-

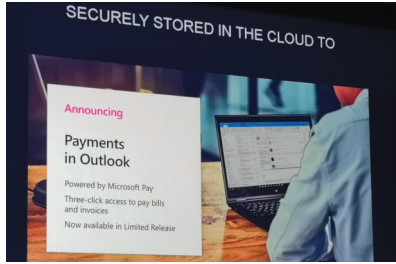


mak ve yönetmek için tüm kanalları kullanma talebi olduğunu da gösteriyor. Bu hizmeti dijital kanallardan alamayan müşterilerse şubelere giderek banka çalışanlarıyla birebir iletişim kurma yolunu seçiyor. Hesap konsolidasyonu, gerçek zamanlı erişim, bildirimlerle mobil ya da web tarayıcısı gibi uygulamaların geliştirilmesini istiyorlar. Bu talep sadece ABD değil dünyanın her yerinde dijital bankacılığı kullananlar için geçerli aslında. Hesapları arasında işlem yapamayan, toplam bütçesini yönetecek bir platform göremeyen herkes şubeye giderek banka çalışanlarından destek alıyor. Araştırma da bunu gösteriyor, katılımcıların yüzde 34'ü tüm finansal hesaplarını tek bir çevrimiçi hizmet noktasında ya da uygulamada yönetmek istiyor. Yüzde 33'lük kesim gerçek zamanlı erişim talebinde bulunurken, yüzde 28 ise ödenmesi gereken faturalar gibi konularda



yapan Marous, bankaların halihazırda hesap analizi, demografik bilgiler, finansal hedefler, davranış biçimleri, kredi geçmişi gibi konularda yapay zekadan faydalandığını belirtiyor. Marous, bu noktada tüketicilerin taleplerini yerine getirmek için yapay zeka destekli, gerçek zamanlı pazar ve işlem verilerini dikkate alabilen çözümler sunulması gerektiğini düşünüyor.

bildirimler almak istiyor. Oranlar yaş gruplarına göre değişkenlik gösterebiliyor. Örneğin milenyum kuşağının ilk temsilcilerinin yüzde 60'ı (ortalamanın iki katından fazla) mobil uygulamaya güveniyor. Genel tabloda ise mobil tarayıcıların ve uygulamaların kullanımı artarken geleneksel çevrimdışı araçların kullanımında düşüş gözleniyor. Tüketicilerin manuel olarak giriş gerektiren, sürekli yönetim zorunluluğu olan ve finansal sağlıkları için tavsiyelerde bulunmayan bütçeleme araçları aramadığına vurgu



## Outlook da ödeme aracı oluyor

Microsoft'un en çok kullanılan uygulamalarından Outlook da ödemeler dünyasının bir aracı oluyor. Microsoft, kısa bir süre önce mail içi ödeme deneyimine hız ve pratiklik katmak için Microsoft Pay aracılığıyla fatura ödeme işlemini oldukça basit bir hale getireceğini açıkladı. Wave, Sage ve Invoice2go gibi fatura ödeme hizmeti veren şirketlerle yapılan işbirliği sayesinde kullanıcılar faturalarını, aldıkları ödeme talebi postasından çıkmadan, mail içinde ödeyebilecek. Microsoft'un yeni ödeme teknolojisi, şimdilik sadece şirketler tarafından müşterilerine e-posta yoluyla gönderilen fatura isteklerinde kullanılabilir. Outlook ödemeleri başlangıçta sınırlı bir kitle tarafından Outlook.com üzerinde kullanılabilir. Teknolojinin önümüzdeki günlerde çok sayıda ülke ve kullanıcıyı kapsayacak şekilde yaygınlaştırılması bekleniyor.

## Şubeye giden müşterilerin memnuniyet oranı daha yüksek

Amerika'da yapılan bir araştırma, banka müşterilerinin dijitalde göre şubelerden aldığı hizmetten çok daha memnun olduğunu gösteriyor. ABD bankaları özellikle son 10 yılda müşterilerini online ve mobil kanallara yöneltmek için ciddi harcamalar yaptı.

Bunun sonucunda Amerikan halkının dörtte biri bankacılık işlemlerini dijital platformlar aracılığıyla yapar hale geldi. Önde gelen 200 ABD bankasının 88 bin dijital müşteriye sahip olduğu tahmin ediliyor. Ancak bu kitle, geleneksel banka müşterilerine göre yaşadığı hizmet deneyiminden daha az haz alıyor. Global pazar araştırma şirketi JD Power, altı memnuniyet kriterini (kanal aktiviteleri, iletişim ve tavsiye, kolaylık, yeni hesap açılışı, sorun çözme, ürün ve ücretler) esas alarak banka müşterilerine 1000 puan üzerinden bir ölçüm yaptırmış. Buna



göre, sadece dijital kanalları kullanan müşterilerin verdiği memnuniyet puanı 791 çıkmış. Sadece şubeleri kullanan müşterilerin verdiği ortalama puan ise 804. JD Power Kıdemli Müdürü Paul McAdam, "Günümüz bankalarının gelenekselden dijitalde başarılı bir şekilde geçebilmesi için müşterilerine çok daha kaliteli ve kişiselleştirilmiş hizmetler sunmaları gerekiyor. Bu süreçte hem dijital kanallarda hem de şubelerde tutarlı ve kanal gözetmeksizin müşteri ihtiyacına cevap veren bir hizmet politikası izlenmeli" diyor.



## Londra ulaşımında temassızın payı YÜZDE 50'ye çıktı

➔ Londra'nın toplu ulaşımından sorumlu organizasyon Transport for London (TFL), kentteki ulaşım ödemelerinin yarısının temassız teknolojiyle yapıldığını açıkladı. Şehrin bazı istasyonlarında bu oran yüzde 60'lara kadar çıkarken, Londra genelinde temassız ödemeyle yapılan yolculuk sayısının son 2 yılda yüzde 25 artış gösterdiği belirtiliyor. Transport for London'un bir diğer ilginç notu ise şehrin en kalabalık bölgelerinden olan Oxford Circus'la ilgili. Kurumun açıkladığı rakamlara göre bu bölgede haftalık yarım milyon yolculuk için temassız ödeme teknolojisi kullanılıyor. Sadece değil Birleşik Krallık'ın hemen her bölgesinde kullanılabilen temassız kartlar ulaşım ödemelerinde ana yöntem haline gelirken, toplu ulaşımında Apple Pay ve Google Pay gibi mobil uygulamaların kullanımı da artıyor. TFL'nin son raporuna göre başkent Londra'da her sekiz temassız ödemeli yolculuğun biri NFC (temassız) uyumlu bir cihaz (akıllı telefon, kol saati vb) ile yapılıyor.

Temassız ödemelerin Londra'da her hafta milyonlarca yolculuğun çok daha hızlı bir şekilde yapılmasını sağladığını vurgulayan İngiltere Finans Bankası Müdürü Richard Koch, "Şehri ziyarete gelen turistler artık bilet kuyruğuna girmek zorunda kalmıyor, ulaşım için ne kadar ödeme yaptıklarının farkında oluyor. Bu da onlarda bir güven inşa ediyor" diyor.

### Sırada New York, Sydney, Miami var

Temassız ödemeler Londra'da hızlı ve konforlu ulaşımın yanı sıra yolcuların cebine de katkı sağlıyor. Kişilerin yolculuk geçmişlerini inceleyerek onlara en iyi fiyatı sunan sistem, ulaşımı seyahat kartlarına nazaran daha uygun fiyatlı bir hale getiriyor.

Bu başarı birçok metropol tarafından da örnek alınıyor. New York, Sydney, Miami, Boston gibi çok sayıda şehrin yönetimleri, toplu ulaşımında temassız ödeme teknolojisinin etkisini artırmaya yönelik çalışmalar yürütüyor.

## GOOGLE PAY, HİZMET AĞINA BİLETLEMİYİ DE KATTI



Ödemeler dünyasının en hızlı büyüyen platformu Google Pay, hizmet ağını genişletiyor. Google, ulaşım ve etkinlikler için Google Pay'e mobil biletler eklemeye hazırlanıyor. Apple'ın yıllardır "passes" olarak adlandırdığı bilet kaydetme özelliğini, Google Pay zaten kredi ve sadakat kartları üzerinden kullanıcılarına sunuyordu. Buna ek olarak ödeme aracı artık etkinlik biletlerini ve uçuş kartlarını mobil uygulaması içerisinde kullanıcılara hazır bir şekilde ve

dijital olarak sunacak. Bu sayede Google Pay kullanıcıları, dijital kartlarını ve biletlerini doğrudan mobil uygulama üzerinden taratabilecek.

Google Pay'e eklenen yeni özellik için ilk etapta Urban Airship, Southwest Airlines ve Regal Cinemas gibi şirketlerle anlaşıldı. Özelliği destekleyen kurum sayısının zamanla artması bekleniyor. Google Pay'e gelen yeni özellikten ilk etapta sadece Android kullanıcıları faydalanabilecek. ☹

# TÜRKİYE'NİN ÖDEME YÖNTEMİ TROY

Türk bankalarının geliştirdiği  
kutlamaya değer bir yenilik.

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



[troyodeme.com](http://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**

İŞLETMENİZ ÇALIŞSIN, SİZ KAZANIN DIYE

# DÜNYANIN ENTEGRASYONUNU YAPTIK!



**800.000**

Dünyada Aktif Profilo Ödeme Sistemleri Yazarkasa Sayısı



**15**

Faaliyet Gösterdiğimiz Ülke Sayısı



**151**

Dünyada Onaylı Ürün Çeşidi



**9\***

Türkiye'de Onaylı Yeni Nesil Yazarkasa Sayısı



**310**

81 İl ve 229 İlçede Yetkili Servis Noktası



**1.970**

Teknik Servis Uzman Sayısı

\* Profilo, GiB'den onaylı 9 ürünü ile en çok yeni nesil yazarkasa onayı alan ödeme sistemleri firmasıdır.



Ödeme sistemleri pazarının lider şirketlerinden Profilo, geliştirdiği yazarkasalar ve entegrasyon çözümleriyle işletmelerin iş süreçlerini kolaylaştırıyor ve performanslarının artmasını sağlıyor.

Perakende uygulamalar ile yaptığımız entegrasyonlarda bize güvenen tüm müşterilerimize ve iş ortaklarımıza teşekkür ederiz.

KFC, Pizza Hut, Dominos, Mc Donald's, Burger King, Little Caesars, Pizza Bulls, Sbarro, Popeyes, Burger House, Arby's, Pizzalazza, Bambi, Papa John's, House Cafe, Develi, Kırkpınar, Barbekü Polonez, BVS, Dardenia, Vagamama, Big Chefs, D.ream, Midpoint, Günaydın, HD İskender, Kitchenette, Sahan, Kaşibeyaz, Venge, İstanbul Yiyecek İçecek Grubu, Bereket Döner, Namlı, Gelik, Pelit, Güllüoğlu, Bağ Pastanesi, Beyaz Fırın, Saray, Gönül Kahvesi, Starbucks, Ali Muhiddin Hacıbekir, Aslı Börek, L'era Fresca, Godiva, Conrad, Hilton, Carrefour, Migros, Altunbilekler, Burda, Şok, Üçler, Intema, Adore, Özsanal, İnkılap Kitabevi, Doğu Oto, Vodafone, Tepe Güvenlik, Acıbadem Mobil, Birlikte Dağıtım, Derimod, Damat Tween, D'S Damat, Ender, Markapark, NT, Shuev, Dilasima, Altınıldız, MaxMara, Katia&Bony, Yeşil Kundura, Loft, Vekem, Herry, Finspor, Centro, Armine, Coquet...

**PROFİLO**  
ÖDEME SİSTEMLERİ

[profiloodemesistemleri.com](http://profiloodemesistemleri.com)



**0850 222 72 72**  
R2 R2