

PSM AWARDS İLE HERKES KAZANIYOR!

**Son başvuru tarihi
31 Ağustos**

PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



AĞUSTOS 2018

Sayı: 88 / Fiyatı: 10 TL

www.psmmag.com



Onur Alver

**Verisoft, teknoloji
ülkelerine
teknoloji satıyor**

CARDTEK
yüksek teknolojisiyle
ödemeleri
dijitalleştiriyor



Turgut Güney

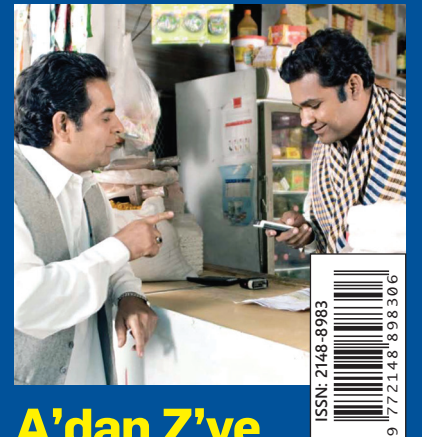
ING müşterilerini eylülde
büyük bir sürpriz bekliyor!



**Yemek kartları
sektöründe
büyük dönüşüm**



Alper Gökgöz



**A'dan Z'ye
Pakistan ödeme
sistemleri pazarı**

ISSN: 2148-8983
9 772148 898306

Ödeme ve e-para kuruluşlarının, POS ve ATM üreticilerinin ilk yarı bilançosu

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



Şekerbank



Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

Ödemecilerin temkinli iyimserliği

Yaz ortasındayız. Bu yaz sanki daha serin geçiyor gibi. Ama sıcak da olsa PSM ekibi için rehavete yer yok. Yine dopdolu bir içerikle karşınızdayız...

Esin (Gedik), ödemeler dünyasının nabzını tutup, sektörün ilk yarıyıl bilançosunu çıkardı. Ödeme ve elektronik para kuruluşlarının, POS ve ATM üreticilerinin yöneticilerine 2018 yılının ilk yarısını nasıl geçirdiklerini, ikinci yarıdan beklentilerini sordu. Seçimler ve ekonomik sıkıntılardan kaynaklanan daralma dönemini, müşteri beklentileri doğrultusunda yeni ürün ve çözüm geliştirme amaçlı değerlendirdikleri ortaya çıktı. Gelecek beklentileri ise "süper" olmasa da iyimser...

Yemek kartlarının sadece "yemek kartı" olmadığını artık hepimiz biliyoruz. Esin, sektörün önde gelen temsilcilerine sorular yönelterek, bu büyük değişim ve dönüşümün perde arkasında yaşananları göz önüne sermeye çalıştı... Dubai'deki fahri temsilcimiz Ahmet Alptekin, çok önemli bilgiler ve fırsat ipuçları içeren pazar analizlerine devam ediyor. Bu yazısında merceğini Pakistan ödeme sistemleri sektörüne tuttu. 200 milyon nüfuslu ülkede 115 milyon kişinin herhangi bir banka hesabı olmadığına dikkat çekiyor yazısında. Bu

boşluğu dört tane ulusal mobil cüzdan dolduruyormuş.

Dünya genelinde yüzde 67 olan hesap sahipliği oranı Pakistan'da yüzde 18. Mikrofinans bankaları ve şubesiz bankacılık ise çok yaygın. Mobil hat sahibi herkesin parmak izi verisi kayıt altında. Ülke genelindeki tüm mobil operatör bayileri ve mobil hat satış noktaları parmak izi okuyucularla donatılmış. Yeni hat almak veya hattıyla işlem yapmak isteyenler, yetkili bayilerde ancak parmak izini doğrulayarak işlemlerini tamamlayabiliyor. Parmak izi doğrulama servisi sadece mobil hat işlemleri için kullanılmıyor. Bir süre önce, ülke içinde nakit para transferi (P2P) yapmak için de zorunlu hale getirilmiş.

Pakistan Merkez Bankası geçen yıl, ATM'lerde karşılaşılan yaygın sahtekarlık ve hırsızlıklarla mücadele etmek üzere çipli karta geçiş kararı almış. Ülkede 38 milyon civarında ödeme kartı, 13 bin ATM, 50 bin banka EFT POS cihazı var. 44 banka ve toplamda 14 bin 400 banka şubesi hizmet veriyor...

Daha fazla ayrıntıyı Ahmet Alptekin'in Pazar Analiz'inde bulabilirsiniz. Benim izlenimim, Türkiye ödeme sistemleri sektörünün Pakistan'a sunacağı ürün ve tecrübelerin mutlaka olacağı yönünde. Tabii oradan öğreneceklerimiz de... Keyifli okumalar.



www.psmmag.com

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

Kayhan Öztürk

GENEL KOORDİNATÖR

Barış Bekar

HABER MÜDÜRÜ

Orhan Pala

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

suvgun@psmmag.com

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

YÖNETİM YERİ

Sirket Ünvanı

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

BASKI

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

YAYIN TÜRÜ

AYLIK - YAYGIN - TÜRKÇE

(EKONOMİ - HABER DERGİSİ)

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

iÇİNDEKİLER

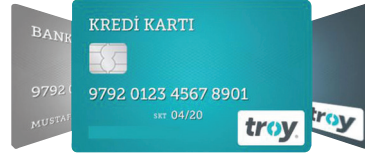
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • AĞUSTOS 2018

- 6** **VİTRİN**
Bilişim Grubu,
"Gelecek 5.0" için startı verdi
- 14** **DİJİTAL BANKACILIK**
ING müşterilerini eylülde
büyük bir sürpriz bekliyor!
- 18** **SEKTÖR RAPORU**
Altyapı tamam, odakta büyüme var



- 26** **YENİDEN YAPILANDIRMA**
Cardtek, yüksek teknolojiyle
ödemeleri dijitalleştiriyor
- 28** **PAZAR ANALİZİ**
Pakistan ödeme sistemleri pazarı
- 30** **İHRACAT**
Verisoft, teknoloji ülkelerine
teknoloji satıyor
- 32** **SEKTÖREL DEĞİŞİM**
Yemek kartı şirketleri,
müşterilerinin
"özel asistanı" oluyor
- 40** **HARCAMA YÖNETİMİ**
Papara'dan maliyetsiz,
komisyonsuz yemek kartı!

- 42** **FINTECH DÜNYASINDAN GELİŞMELER**
2018 ilk yarısı FinTech'ler için
nasıl geçti?
- 44** **SOSYAL SORUMLULUK**
Yarını liseliler inşa ediyor!
- 48** **ZİRVE YOLUNDA**
Dijitalde gelişen gençler kariyer
yolunda bir adım öne geçecek
- 50** **E-TİCARET**
E-ihracatta başarının 7 altın kuralı
- 52** **VİZYON**
Şubelerde robotlara yer açın
- 54** **E-TİCARET**
Vatandaşı online alışverişten
soğutan 10 hata!
- 56** **MEVZUAT**
Kredi kartı limitlerinin bankalar
arasında aktarımı kolaylaştı
- 58** **ÖDÜL**
PSM Awards ile herkes kazanıyor!
- 60** **EXTRE**
Kartlı ödemeler yılın ilk
yarısında yüzde 20 büyüdü
- 64** **DÜNYADAN**
Chatbot'lar, 2023'te 11 milyar dolar
tasarruf sağlayacak





**İşCep'ten Vadeli Hesap açın,
avantajlı faizlerle
yarınlar için bugünden
biriktirmeye başlayın.**



isbank.com.tr • 0850 724 0 724



İşCep'i indir,
işini cepte bitir.

► Maximiles Business ile ticari harcamalar da mile dönüşüyor

Türkiye İş Bankası, ticari işletmelerin ihtiyaçlarına özel tasarladığı Maximiles Business Kart ile şirket harcamalarıyla mil kazanma ve kazanılan millerle uçak bileti alma imkânı sağlıyor. Maximiles Business Kart sahipleri, 300 bini aşkın Maximum üye kuruluşunda 12 aya varan taksitlerle ödeme yapabiliyor, tüm harcamalarında MaxiMil kazanıp, biriken MaxiMiller ile uçak bileti alabiliyor. İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Yalçın Sezen, ticari harcamalara yönelik hazırlanan Maximiles Business ile ilgili şu bilgileri veriyor:

“Yaklaşık 10 yıldır Maximiles Kart ile müşterilerimizin bireysel harcamalarını mille ödüllendirdiğimiz ve uçak bileti kazandırdığımız uçuş programımızın kapsama alanını ticari müşterilerimizi de içerecek şekilde genişlettik. Maximiles Business ile müşterilerimiz, ticari harcamaları karşılığında MaxiMil ve MaxiPuan kazanarak daha kolay uçmak veya işletmelerinin uçak bileti maliyetlerini



azaltma yönünde önemli bir ayrıcalığa sahip olacak.”

Maximiles Business Kart sahipleri, bölge ve yolcu kotası olmaksızın, uçak bileti fiyatı kadar MaxiMil kullanarak uçak bileti alma ayrıcalığına sahip. Sezen, “MaxiMiller ile seyahat



etmek çok kolay. Yurtiçi uçuşlarda uçak bileti fiyatı ne ise kullanmanız gereken MaxiMil de o kadar. Üstelik bilet alımlarında herhangi bir havayolu ayrımı yok. MaxiPuan ve MaxiMil kazandırma özelliğinin yanında Maximiles Business ile müşterilerimiz acil nakit ihtiyaçları için ayrıca kredi başvurusu yapmaya gerek kalmadan nakit avans kullanabilir ve geri ödemelerini avantajlı faiz oranlarıyla 12 aya varan taksitlerle yapabilir. Müşterilerimizin tedarikçilerden yaptığı peşin alışverişler de Maximiles Business ile sonradan taksitlendirilebilir veya vadelenirilebilir” diyor.

Bilişim Grubu, “Gelecek 5.0” için startı verdi

“Yerli ve milli teknoloji” yaklaşımını benimseyen Bilişim Grubu, üyeleri ve sivil toplum kuruluşu temsilcileriyle İstanbul’da bir araya geldi.

Toplantıda “Gelecek 5.0” yaklaşımı doğrultusunda Türkiye’deki bilişim sektörünün durumu değerlendirildi.

Açılış konuşmasını yapan Bilişim Grubu Başkanı Şenol Vatansver, “Gelecek 5.0” yaklaşımının amaç ve hedeflerini şöyle anlattı:

“Savunma sanayii, katma değerli bilişim hizmetleri, dijital dönüşüm, robot teknolojileri, otonom araçlar, yenilenebilir enerji ve siber güvenlik gibi alanlarda kamuoyu yaratmayı amaçlıyoruz. Özellikle savunma sanayiine yönelik teknolojiler ile donanım ve yazılım temelli katma değerli hizmetleri ülkemizin ekonomik kalkınması için kilit önemde görüyoruz. Türkiye’de bugüne kadar yaşanan olumlu gelişmelerin çok daha ileri bir düzeye taşınması için bilişim sektörü, medya, siyaset



Şenol Vatansver

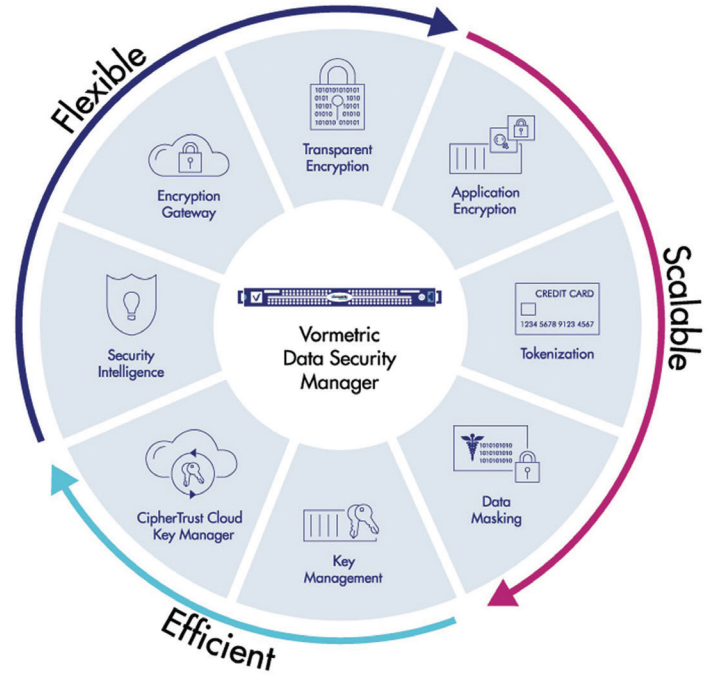
ve devlet kurumlarıyla yakın temaslarımızı sürdürüyoruz. Bilişim

Grubu olarak akademisyenler, basın mensupları, IT yöneticileri ve sektör profesyonellerini bir araya getirerek, akademik koordinasyonla birlikte sektör özelinde geniş kapsamlı ve çeşitli aksiyon planları oluşturacağız.”

Etkinlikte “Türkiye’nin dijital dönüşüm haritası” ve “İnsansı robotlar çocuklarımıza neler katacak” başlıklı sunumların yanı sıra “Bilişim sektöründe kadın teknik çalışanlar” konulu bir de panel düzenlendi. Panelde, bilişim sektöründe kadın çalışan sayısını artırmak üzere hedef birliğine varıldı.



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

► Taşıt kredisi başvuruları garanti.com.tr’de

Garanti Bankası, taşıt kredisi ürününü dijital kanallarından da sunmaya başladı. Tüm gerçek kişiler, garanti.com.tr üzerinden bireysel ya da ticari amaçlı taşıt kredisi talepleri için hem ödeme planını hesaplayıp hem de başvuru işlemlerini yapabiliyor. Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Selahattin Güldü, dijital taşıt kredisi sistemiyle ilgili şu bilgileri veriyor: “Garanti Bankası olarak, müşterilerimizin dijital kanalları kullanma alışkanlığına uygun şekilde, hayatlarını kolaylaştıran yenilikçi ürünler geliştirmeye devam ediyoruz. Bu kapsamda müşterilerimiz artık taşıt kredisi başvuru işlemlerini de dijital olarak yapabiliyor. Türkiye’de bu kapsamda bir ilk olan yeni hizmetimiz sayesinde, bireysel veya şahıs şirketi sahibi müşterilerimiz bundan böyle



Selahattin Güldü



taşıt kredisi başvurularını dijital olarak yapıp sonucunu da anında öğrenebilecek. Hesap makinesi özelliğiyle bütçelerine uygun şekilde ödeme planlarını hesaplayabilecek, şubeye gitmeden ya da çağrı merkezine dahi ihtiyaç duymadan başvuru işlemini

kolayca tamamlayarak hemen ön onay alabilecek. Ön onayı alan müşteriler aynı zamanda harita üzerinden anlaşmalı bayilerimiz ve şubelerimiz hakkında bilgi alıp, işlemlerini hızla sonuçlandırarak yeni aracına sahip olacak.”

ALJ Finans, yapay zekâya hazırlanıyor

“KredimOL” uygulamasıyla yeni ve ikinci el araç kredisi başvuru sürecini uçtan uca dijital ortama taşıyan, bireysel otomotiv kredilerinde e-sözleşme hizmeti sunan ALJ Finans, dijital dönüşüm yolculuğunda yapay zekâ uygulamalarını da süreçlerine konumlandırıyor. Finansman sektöründe ve Türkiye’de yapay zekâ gelişimine katkı sağlamak amacıyla Türkiye Yapay Zekâ İnsiyatifi’nin (TRAI) destekçisi olan ALJ Finans’ın şirket içi bilinç ve farkındalığı artırmaya yönelik ilk etkinliği, TRAI’nin kurucusu ve Gelecekhane CEO’su Halil Aksu’nun verdiği “Yapay Zekâya Giriş Semineri” oldu. Seminerde ALJ Finans çalışanları, dijitalleşmeyle hız kazanan yapay zekâ ve makine öğrenme teknolojisinin sektörler ve süreçlere yönelik etki alanları, veriyle öğrenen iş modelleri, yeni satış ve pazarlama dinamikleri hakkında bilgi sahibi oldu. TRAI tarafından düzenlenen “Yapay Zekâ Meet-Up” paylaşım toplantılarına katılan ALJ Finans ekipleri, yine TRAI’nin çalıştay gruplarında da rol alıyor. ALJ Finans Genel Müdürü Soner Irmak, “Yakın dönemde KredimOL uygulaması ve e-sözleşme

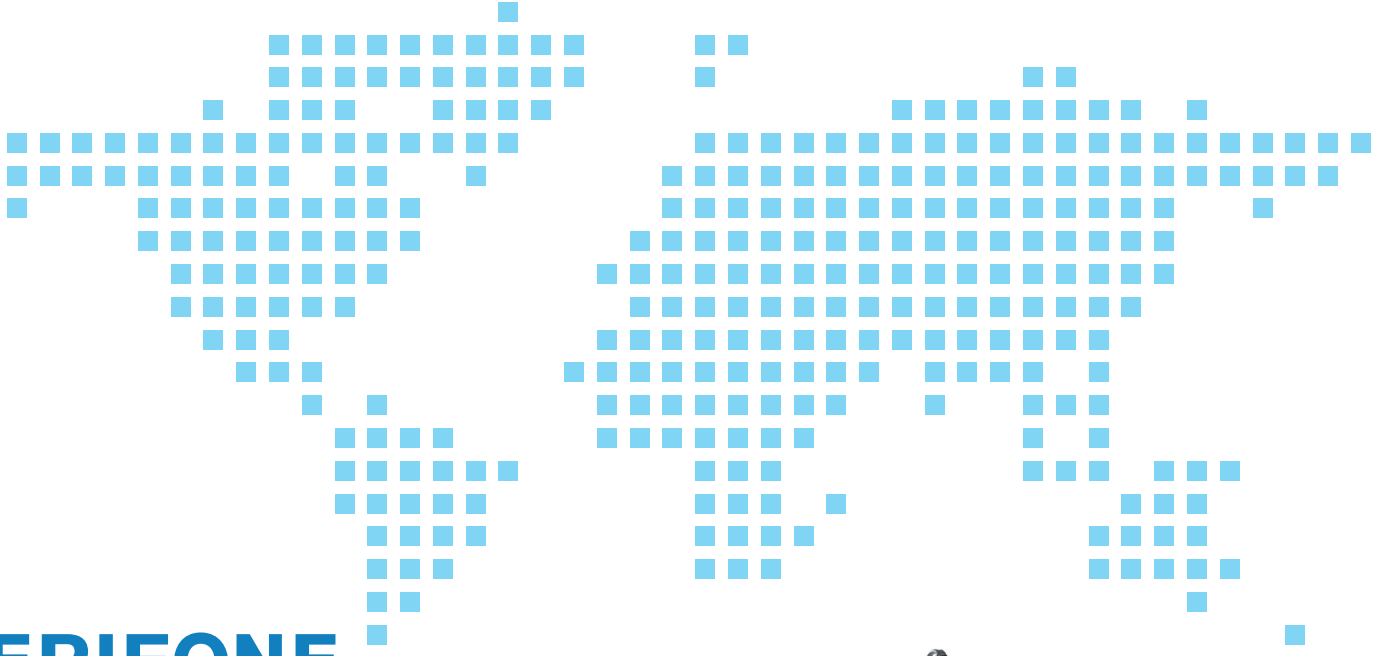


Halil Aksu

hizmeti gibi müşterilerimizin otomotiv kredisi alma deneyimini kolaylaştıran dijital süreçleri hayata geçirdik. Yapay zekânın da finansman sektöründe etkin bir şekilde kullanılacağına inanıyoruz. Müşteri davranışları yani verilerinden öğrenen yazılımlar, tahminsel modellemeler gibi yapay zekâ uygulamaları sektörde fark yaratacak. Biz de yapay zekâ teknolojisini süreçlerimize entegre ederek verinin daha etkin ve verimli bir şekilde analiz edilmesini sağlamayı, müşterilerimize ihtiyaçlarına uygun kişiselleştirilmiş hizmet sunmayı ve mutlu müşterilerimizin sayısını katlandırmayı hedefliyoruz” diyor.



Soner Irmak



VERIFONE PERAKENDE ÇÖZÜMÜ İLE ÖDEME KONTROLÜ ARTIK SİZİN ELİNİZDE



Tek tedarikçi, tek çözüm ve tek sözleşme ile operasyonel maliyetlerinizi azaltın, ödeme yatırımlarınızı optimize edin. Verifone Perakende Çözümü ile tüm terminallerinizde gerçekleşen işlemleri gerçek zamanlı takip ederken karlılığınızı artırın.



HİZMETLER



Donanım &
Yazılım



Raporlama
Servisi



Saha
Servisi





Yardım
Masası



Bakım &
Onarım



Katma Değerli
Hizmetler

 @verifoneturkiye
 0212 335 34 34

36 YILDIR
İŞLETMELERİN BÜYÜMESİNE
KATKI SAĞLIYORUZ

Verifone[®]
verifone.com.tr
pazarlama@verifone.com



► Şekerbank'tan bedelli askerlik kredisi

Şekerbank, bedelli askerlikten yararlanmak isteyenler için uygun koşullarla finansman desteği sağlıyor. Banka, 15 bin TL'ye kadar ve 48 aya varan

Şekerbank

vade seçeneklerine yararlanılacak bedelli askerlik kredisi için avantajlı faiz oranları sunarken kredi tahsis ücreti de almıyor.

Mobil kullanıcı artınca bankaların web trafiği inişe geçti



Küresel dijital pazarlama platformu SEMrush, bankaların "dijital platform" karnesini çıkardı. Türkiye'de faaliyet gösteren 9 bankanın yer aldığı çalışma, bankaların son 3 yıllık online şube arama performansına odaklandı. Buna göre bankaların online şubelerine olan ilgi giderek azalırken, mobil uygulamalara ilginin arttığı ortaya çıktı. SEMrush verilerine göre, Haziran 2014'ten bu yana bankaları internette arama sayısı yüzde 40 düşüş gösterdi.

Çalışmanın sonuçlarını değerlendiren SEMrush Türkiye ve Körfez Arap ülkeleri Kurumsal İletişim Müdürü Adam Zeidan, mobil uygulamaların hayatımıza girişiyle beraber dijital bankacılığın dönüşüm içinde olduğunu belirterek, "Arama verilerindeki son 4 yıldaki yüzde 40'luk azalma, FinTech teknolojilerine yapılan yatırımın etkili olduğunu gösteriyor. Bankalar her geçen gün kendi güvenilir ve



etkili uygulamalarını geliştiriyor ve güncelliyor. Bu sebeple tüketiciler, web şubeler yerine mobil uygulamaları tercih ediyor" dedi. Türkiye Bankalar Birliği'nin "Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri 2018" raporuna göre, birliğe kayıtlı bankalardan 27'si internet bankacılığı, 19'u ise mobil bankacılık hizmeti sunuyor. Aralık 2017 itibarıyla yaklaşık 57 milyon internet bankacılığı müşterisinin yüzde 23'ünü oluşturan yaklaşık 13 milyon kişi, aktif olarak internet bankacılığını kullanıyor. Yaklaşık 45 milyon kayıtlı mobil bankacılık müşterisininse 30 milyona yakını aktif kullanıcı durumunda. Her iki

kanalı da kullanan müşteri sayısı ise yaklaşık 8 milyon. SEMrush'un ABD, İtalya, Brezilya, Almanya, İspanya, Fransa ve Birleşik

Krallık'ın online bankacılık verilerini kullanarak yaptığı "FinTech 2018" raporu, bankacılık sektörünün ve tüketici tercihlerinin FinTech sektöründeki gelişmelerden nasıl etkilendiğini gözler önüne seriyor. 7 ülkenin bankacılık sitelerinin web metrikleri ve site trafiğinin önemini analiz edildiği raporda, bu tür web sitelerinin en önemli teknik konuları ele alındı. Ülkeler arası kıyaslamaların yapıldığı ve mobilin önemli bir başlık altında ele alınarak bankacılık sitelerinin mercek altına alındığı rapora göre İtalya mobile uyumda yüzde 88 ile ipi göğüslerken, Brezilya yüzde 72 ile son sırada yer alıyor.

CARDTEK'TEN GÜVENLİ VE KESİNTİSİZ SANAL POS

Güvenli ve Kesintisiz

Kolay ve Hızlı Entegrasyon

Kullanıcı Dostu Ekranlar
ve
Mobil Uygulama

Yenilikçi Özellikler

Banka ve
Üye İşyerleri için
Anlık Monitoring

Ölçeklenebilir
ve
Esnek İş Modeli

CARDTEK
sanal
POS

Güvenli ve Kesintisiz

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

Kullanıcı Dostu Ekranlar ve Mobil Uygulama

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

Banka ve Üye İşyerleri için Anlık Monitoring

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

Kolay ve Hızlı Entegrasyon

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

Yenilikçi Özellikler

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

Ölçeklenebilir ve Esnek İş Modeli

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

www.cardtek.com

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

 CARDTEK

► Cardtek, HSM müşterileri için eksiksiz çözüm sunuyor

Verilerin şifrelenerek güvenli bir ortamda saklanması sağlayan HSM (Hardware Security Modules) ürünleri konusunda dünyanın en büyük üreticileri olan Thales ve Gemalto'nun Türkiye'deki en üst düzey iş ortağı olan Cardtek, bu ürünlerin bakımında da müşterilerine eksiksiz çözüm sunuyor. Müşterilerinin yerel destek ihtiyacını da karşılayan Cardtek'in Thales ve Gemalto ile yürüttüğü iş ortaklığı sadece satışla sınırlı kalmıyor. Cardtek, HSM ürünleriyle ilgili elde ettiği tüm bilgi ve deneyimlerini de müşterileriyle paylaşmaya devam ediyor. Cardtek Ürün Grup Müdürü Barış Baysal, Thales ve Gemalto'nun Türkiye'deki en üst düzey iş ortağı olarak hem yeni cihaz alımında hem de mevcut cihazların bakımında eksiksiz çözüm sunduklarını vurguluyor. Baysal, "Cardtek olarak Türkiye'nin



sofistike ve derin ödeme sistemleri altyapısı sayesinde edindiğimiz 17 yıllık deneyimimiz var. Uzman mühendis kadromuz, dünya üzerinde

çeşitli noktalarda yer alan ofislerimiz üzerinden 35 ülkeye teknoloji ihraç ediyor ve müşterilerimizi 7/24 destekliyoruz" diyor.

Görüntülü iletişim sunan bankaların yüzde 77'si daha fazla satış yapıyor

Tekil müşteri deneyimi (omni-channel) teknolojileri sunan CCR, 2018 yılı içinde yapılan araştırmaları bir araya getiren "Video Banking Report 2018" adlı çalışmanın sonuçlarından derlediği verileri paylaştı. Buna göre;

- * Görüntülü bankacılık hizmeti alan müşterilerin yüzde 85'i tekrar kullanmak istiyor, yüzde 97'si ise çevresine tavsiye ediyor.
- * Görüntülü bankacılık hizmeti sunan bankaların yüzde 77'si daha fazla satış elde ediyor. Ancak dünya genelinde bankaların sadece yüzde 15'i görüntülü bankacılık hizmeti sunmaya elverişli teknolojik altyapıya sahip.
- * Türkiye'de ise bankaların yüzde 90'dan fazlası gerekli altyapıya sahip olduğu halde, görüntülü görüşmenin sunduğu fırsatların farkında olmadığı için bu hizmeti kullanmıyor. 20 yılı aşkın deneyimiyle çağrı merkezi sektöründe teknoloji ve danışmanlık hizmet veren CCR, yüksek kalitede ses ve görüntü iletişimi sağlayan konuşma platformu EasyConnect Video aracılığıyla, özellikle görüntülü



bankacılık için yerli ve yeni nesil bir çözüm sunuyor. Görüntülü iletişim sayesinde bankalar, şube açma ve işletme maliyetlerini azaltıp satışlarını artırırken, müşteri memnuniyetinde de yeni bir döneme giriyor. Müşterilerin bekleme ve işlem süreleri kısılırken, mesai saatleri dışında da yüz yüze hizmet alabilme imkanı oluşuyor. CCR CEO'su Türker Erkin, "Finans başta olmak üzere sağlık, enerji, üretim ve e-ticaret sektörlerinin yanı sıra engellilere hizmet veren kurumlar, müşterileriyle yüz yüze iletişim kurmak için EasyConnect Video'yu yeni bir iletişim kanalı



Türker Erkin

olarak kullanılabilir. WebRTC altyapısına sahip platform, hiçbir ek uygulama indirmeye gerek kalmadan tek bir tıkla bağlantı kurarak Genesys ürünleriyle yüzde 100 entegre çalışabiliyor. TTPS ve SSL protokolleri sayesinde güvenlik sorunu bulunmayan EasyConnect Video, ekran, dosya ve yer paylaşım özellikleriyle, görüntülü görüşme platformları için gerekli tüm ihtiyaçlara cevap verebiliyor" diyor.

► VakıfBank'tan esnafa özel "Hesaplı POS" kampanyası

Türkiye genelinde 1 milyonu aşkın KOBİ'ye hizmet veren VakıfBank, diğer işletmelere oranla daha düşük cirolarla POS cihazı kullanan küçük ölçekli müşterilere aylık sabit bir tutar karşılığı hizmet sunuyor. Banka ayrıca, "Hesaplı POS" kampanyasıyla esnafın hesap işletim, havale ve EFT ücretlerini sıfırlıyor. VakıfBank, bu hizmetten 1 yıl yararlanmayı taahhüt eden esnafa "Nette Mini Tarife" paketini aynı süre boyunca ücretsiz sunuyor. Normalde aylık bedeli 15 TL olan "Nette Mini Tarife" paketi, hesap işletim ücreti muafiyeti ve internet bankacılığı üzerinden aylık 25 adet havale ve 6 adet EFT'yi ücretsiz yapma imkânı sağlıyor. Kampanyaya katılım halinde 1 yıl süreyle bu işlemler ücret ödemedene yapılabilir. "Hesaplı POS"tan yararlanmak isteyenler ayrıca, çalışma koşuluna ve aylık ciro limitine uygun paketlerden dilediğini seçerek, aylık bir sabit ücret karşılığında POS giderlerini önceden



belirleyebiliyor. VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı Ersin Özoğuz, "81 ildeki 953 şubemizde KOBİ'lere özel çalışan 2 bin 300'ün üzerinde portföy yöneticimiz var. KOBİ'lerle işbirliğimizi sadece ürün ve hizmetlerle sınırlandırmıyor, yanlarındaki güç olarak onlara finansal danışmanlık da yapıyoruz. Özellikle KOBİ nitelikli müşterilerle kurduğumuz ticari

ilişkinin uzun soluklu ve kazan-kazan ilkesine uygun olmasına önem veriyoruz. Bu doğrultuda sadece kredi kullandırımıyla sınırlı bir bankacılık anlayışıyla hareket etmiyoruz. 'Hesaplı POS' kampanyamızla da sektördeki diğer bankalara nazaran bankacılık ürün ve hizmetlerinden alınan masraflarda müşterilerimize ayrıcalık tanıyoruz" diyor.

E-ihracat seferberliği Konya'da başladı

Türk KOBİ'lerinin Alibaba.com üzerinden 190 ülkeye açılmasını sağlayacak e-ihracat projesinin lansmanı, İstanbul'un ardından; TOBB Başkan Yardımcısı ve Konya Ticaret Odası Başkanı Selçuk Öztürk, TradeFive Yönetim Kurulu Üyesi ve CEO'su Orkan Aytulun ve Halkbank KOBİ Ürün ve Süreç Yönetimi Daire Başkanı Mehmet Volkan Sayım'ın katılımıyla Konya Ticaret Odası'nda yapıldı. Ekonomi Bakanlığı himayesinde TOBB, Alibaba.com, Halkbank ve VakıfBank tarafından geliştirilen yeni e-ticaret projesiyle, TOBB'a bağlı oda ve borsalara üye olan şirketlerin e-ihracat fırsatına erişimi sağlanacak. Alibaba.com'a "Global Gold Supplier" üyesi olmak isteyen oda ve borsa üyesi şirketler için üyelik bedelinin yüzde 80'i Ekonomi Bakanlığı, yüzde 20'si ise Halkbank ve VakıfBank tarafından karşılanacak. Lansman toplantısında konuşan Selçuk Öztürk, şu değerlendirmeyi yaptı: "Türkiye'de e-ticaret, 100 binin üzerinde istihdam sağlayan ve yılda ortalama yüzde 30 büyüyün bir sektör. 2015'te 25

 **VakıfBank**

 **HALKBANK 80**



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
EKONOMİ BAKANLIĞI

 **Alibaba.com**
Global trade starts here.



milyar TL civarında olan e-ticaret hacminin bu yıl 50 milyar TL'ye ulaşması öngörülüyor. Özellikle KOBİ'lerin ve genç girişimcilerin rekabet gücünü, pazar payını ve kurumsallaşma düzeyini artırması için e-ticaretin bir fırsat olduğunu düşünüyoruz. Firmalarımızın küresel pazarlarda söz sahibi olması için de önemli bir araç. Ancak e-ticarette henüz yolun başındayız. Toplam

perakende ticaretin sadece yüzde 3.5'i elektronik mecradan yapılıyor. Her 10 kredi kartından sadece 4'ü internette alışveriş için kullanılıyor. Gelişmiş ülkelerde ise online perakendenin toplam içindeki payı yüzde 8.5. Konya'nın, 178 ülkeye yönelik nitelikli ürün ihracatı ve ihracat çeşitliliğiyle yakaladığı başarıyı e-ihracat seferberliğinde de göstereceğine inanıyoruz."

ING müşterilerini eylülde büyük bir sürpriz bekliyor!



Alper Gökgöz

SIRA dışı reklam kampanyalarıyla dikkat çeken ING Bank, dijital dönüşüm çalışmalarını aralıksız sürdürüyor. ING Bank Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Alper Gökgöz, robotlar, yapay zeka, algoritmalar gibi geniş bir yelpazede süren çalışmaların banka hizmet ve ürünlerine çok ciddi bir katkı sağladığını vurguluyor.

ESİN GEDİK

ING Bank, “Eski köye yeni adet” sloganıyla birçok yeniliğe imza atıyor. ING Grubu’nun 40 ülkedeki faaliyetlerinin sonucu elde ettiği deneyimin “dijital banka” konusunda kendilerine öncülük fırsatı verdiğini söyleyen ING Bank Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Alper Gökgöz, bu yaklaşımla geliştirdikleri “Turuncu Extra” uygulamasını mayıs ayından bu yana 200 bin kişinin kullandığını vurguluyor. Şu anda ban-

BANKANIN dijital bankacılık müşterileri arasında mobil çözümleri kullananların oranının yüzde 92’ye ulaşması da bunun göstergesi. Gökgöz, ING Bank müşterilerinin eylülde itibaren bambaşka bir şube tasarımı ve konseptiyle tanışacağını da açıklıyor...

ka müşterilerinin yüzde 90’dan fazlasının mobil hizmetleri kullandığını belirten Gökgöz, “Yeni teknolojileri daha hızlı bir şekilde hayata geçirmek için ING Grubu içinde Global Yapay Zeka ve Robot Teknolojileri Başkanlığı oluşturuldu, başına da ING Türkiye’den Görkem Köseoğlu getirildi” diyor. Alper Gökgöz ile ING Bank Türkiye’nin bireysel bankacılık ürün ve hizmetlerinin yanı sıra teknoloji-bankacılık ilişkisi üzerine keyifli bir sohbet yaptık...

Türkiye'deki bireysel bankacılık konsepti ve ING Bank'ın bu alandaki konumunu değerlendirebilir misiniz?

ING, 40 ülkede faaliyet gösteren, müşterilerine kişiselleştirilmiş, basit ve akıllı çözümler sunmayı, inovatif hizmetlerle müşteri deneyimini mükemmelleştirmeyi amaçlayan bir bankacılık grubu. Faaliyetlerimizin dağılımına baktığımızda da hem dünya hem Türkiye'de "lider tasarruf bankası" olma vizyonu kapsamında bireysel bankacılığın önemli bir yer tuttuğunu söyleyebiliriz. Şubelerimiz, ATM ağımız ve dijital kanallarımızla müşterilerimiz için kolayca ulaşılabilen ve kendilerine işlemlerinde zaman kazandıran bir banka olarak hizmetlerimizi sürdürüyoruz. Türkiye'deki özel bankalar arasında aktif büyüklüğe göre ilk 10'da yer alıyoruz. Müşteri odaklı ve yenilikçi yaklaşımımızla sektördeki konumumuzu daha da güçlendirecek adımlar atmaya sürdüreceğiz.

Bankanızın bireysel kullanıcıya sunduğu banka kartı, kredi kartı ürünleriniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Turuncu Hesap ailesi ürünlerimizle geniş bir yelpazede hizmet veriyoruz. Turuncu Ekstra Kart, Pegasus Havayolları işbirliğiyle sürdürdüğümüz Pegasus Kart platformu, ING Light Kart ve ING Bonus gibi kart alternatiflerimizle, ilk dijital ön ödemeli kart "ParaMara Kart" ve mobil cüzdan uygulaması ParaMara, ING Asistan özellikli ING Mobil ve internet şubesi dijital kanal seçeneklerini sunuyoruz.

Müşterilerimizin talep ve ihtiyaçlarıyla şekillenen bu inovasyon sürecimiz hem müşteri ihtiyaçlarına hızlı yanıt verebilen bir banka olmamızı sağlıyor hem de "Eski köye yeni adet" mottomuzla ortaya koyduğumuz iddiamıza önemli katkılar sunuyor. Benzer bir süreçle ortaya çıkan yeni kartımız Turuncu Ekstra'yı daha detaylı anlatmak isterim. ING Nakit Kart sahiplerinin de yararlanabildiği bu kartla müşterilerimiz yaptıkları alışverişlerin ya da vadesiz hesaplarından ödedikleri faturaların toplamı aylık 750



TL'ye ulaştığında, e-Turuncu ve Turuncu TL hesaplarında yüzde 2 ek faiz kazanıyor. Turuncu Ekstra programına ING Mobil, internet şubesi ve ParaMara uygulaması üzerinden, şubelerimizden ya da çağrı merkezinden katılmak da mümkün. Turuncu Ekstra'da herhangi bir kart ücreti bulunmuyor, yurtdışında tüm ATM'lerden nakit para çekilebiliyor ve 90 TL'ye kadar tüm ödemeler temassız, şifre girmeden, hızlı ve güvenli bir şekilde yapılabilir.

Turuncu Ekstra müşterilerimize, "Platinum Masa" mobil uygulamasıyla pek çok indirim ve avantajlı alışveriş fırsatı da sunuyoruz. Bu kartla tasarruf hesaplarımız olan e-Turuncu ve Turuncu TL hesapları çok daha avantajlı hale gelmiş oldu. Böylece müşterilerimizin hesabına düzenli olarak gelir aktarabiliyoruz.

Tüm ürünleriyle Turuncu Hesap ailesinin aktif müşteri sayısı 1 milyona yaklaştı. Bu ürünü çıkardığımız 2011 yılından bu yana 1.8 milyon civarında müşterimize hizmet verdik. ☺



8 KGF ROBOTU, ING MÜŞTERİLERİNE KREDİ VERİYOR

ING Grubu, yapay zekayı müşteri ilişkisi yönetimi, süreç otomasyonu ve temel bankacılık işlemleri olmak üzere üç alanda kullanıyor. Doğal dil işleme çözümlerine dayalı chatbot çözümleri, şimdiden birkaç ülkede ING müşterilerinin kullanımına açılmış durumda.

Süreç otomasyonunda ise yazılım robotları kullanılarak pek çok işlem daha hızlı ve hatasız hale getirilmeye başlamış. Alper Gökgöz, "Buna en iyi örneklerden biri de KGF (Kredi Garanti Fonu) kredileri için oluşturduğumuz süreç. İlk KGF robotunu Türkiye'de nisan ayı başında canlı ortama aldık. Böylece KGF giriş sürecini hızlı/hatasız hale getirdik. Şu anda canlı ortamda 8

robotumuz var ve çeşitli operasyonel adımları gerçekleştiriyor. Geleneksel IT çözümlerine göre çok daha hızlı geliştirilebiliyor ve uygulamaya alınabiliyor. Aynı zamanda hız ve hatasızlık anlamında, manuel işlemlere göre avantaj sağlıyorlar" diyor.

23 Temmuz'da hayata geçirilen INGo chatbot uygulaması ise banka müşterilerinin bilgi taleplerini karşılıyor, sorularını cevaplıyor, bazı işlemlerini de hızlı ve güvenli bir şekilde yerine getiriyor. Gökgöz, zeka ve doğal dil işleme destekli bir algoritma olan INGo ile ilgili şu bilgileri veriyor:

"INGo, kullanıcının niyetini anlayarak istediği bilgiyi en kısa

yoldan veren yapay zekâ destekli bir akıllı bankacılık robotu. Müşterimiz olsun olmasın tüm kullanıcılara yeni, kolay ve güvenli bir deneyim sunuyoruz. INGo üzerinden kur, kredi, mevduat, kredi kartları ve sigorta ürünlerine dair bilgi alınırken hesaplama ve başvuru işlemleri de yapılabilir. Kullanıcılarımızla yapılan tüm görüşmeler dijital kanallara (internet sitesi ve mobil bankacılık) eklenen konuşma penceresi üzerinden yazılı olarak yapılabilir. Kısacası INGo yapay zeka destekli bir asistan olarak kullanıcılarımıza doğal bir konuşma çerçevesinde, bankacılığın karışık terimlerini karıştırmadan yardımcı olmayı amaçlıyor."



ING Bank, "Basketbolun değişmeyen rengi ve destekçisi" mottosuyla 4 yıldır Türkiye Basketbol Ligi'nin ana sponsoru. Alper Gökğöz, "Sponsorluğun marka algısına katkısını araştırmalarla sürekli takip ediyoruz. Basketbola örtüşen sıfatların ING'ye atfedilmesinde anlamlı yükselişler görüyoruz. Sponsorluğumuzun bilinirliği de günden güne artıyor. Haziran ayı araştırma sonuçlarına göre, tüm kitle özelinde yardımsız (spontan) bilinirliğimiz yüzde 40, toplam (listeli-yardımlı sorduğumuzda) bilinirliğimiz yüzde 63. Toplam bilinirlikte ise birinci sıradayız" diyor...

Banka kartı kullanımını artırmak için çıkardığınız Turuncu Ekstra Kart'a ilgi ne düzeyde?

10 Mayıs'ta lansmanını yaptığımız Turuncu Ekstra programıyla 200 bin müşteriye ulaştık. Bu süre zarfında bir de ATM muafiyeti kampanyası yaptık ve "Yaz boyunca dilediğiniz ATM'den masrafsız para çekin" dedik. Turuncu Ekstra Kart ile yaptıkları alışverişler veya ING vadesiz hesaptan yaptıkları fatura ödemeleriyle aylık minimum 750 TL harcamaya ulaşan Turuncu Ekstra müşterilerimiz bir sonraki aydan itibaren 31 Ağustos 2018 tarihine kadar ortak ATM'lerden ayda 2 defa ücretsiz para çekebiliyor.

Mobil bankacılıkta hangi farklı ürün ve hizmetleri sunuyorsunuz?

Grubumuz, ING Direct ile şubesiz, dijital bankacılığı Avrupa'da ilk uygulayanlardan biri oldu. Bu alanda Türkiye'ye de taşıdığımız büyük bir birikim var. Diğer taraftan, mobil cihazlar günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası oldu. Hatta yaşamımızın büyük kısmının geçtiği bir mecraya dönüştü. Bu da mobil bankacılığın önemini ve hayatımızda kapladığı yeri artırıyor. Bu eğilim, kolayca uyum sağladığımız hatta bir adım öteye geçip yeniliklerin öncüsü olabildiğimiz bir fırsat alanı yaratıyor. Mart 2018 itibarıyla dijital kanalları aktif olarak kullanan müşterilerimizin yüzde 92'si mobil bankacılık uygulamasını tercih



ediyor. Bu dönemde tüm kredilerin adet bazında yüzde 85'i, hacim bazında ise yüzde 63'ü şube dışı kanallardan verildi.

Bu oranlar da dijital kanalların ve mobil bankacılığın bizim için ne kadar önemli olduğunu ortaya koyuyor. Elbette teknolojik gelişmelerin yanı sıra müşteri odaklı geliştirdiğimiz farklı ürünlerin müşterilerimizce tercih edilmesi bunda etkili oldu. Türkiye'de büyük ilgi gören Turuncu Hesap ailemizi, önce e-Turuncu ardından da e-Turuncu Döviz (Euro, dolar ve sterlin) hesaplarıyla çeşitlendirdik. E-Turuncu, yüzde 17 hoş geldin faiz fırsatı veren ve hava-le/EFT işlemlerinden masraf alınmayan bir hesap...

Kolay ve zahmetsiz bankacılık yaklaşımının yeni ürünü "ING Asistan" ise ING Mobil ve ING internet bankacılığını farklı bir boyuta taşıyor. ING Asistan, günlük finansal işlemlerde bir hatırlatıcı olmanın ötesine geçerek aksiyon alması, kullanıcı yerine işlemleri yapabilmesi ve sonucuyla ilgili bilgi vermesiyle fark yaratıyor. ING Asistan sayesinde müşterilerimiz, finansal birikimlerini günlük olarak takip edebiliyor. "Haber ver" ve "Akıllı hareket et" özellikleri sayesinde finansal yönetim ajandalarında kurallar oluşturabiliyor. "Maaşım yattığında Turuncu Hesabıma transfer et" gibi temel seçeneklerin yanı sıra "Eşimin doğum gününde haber ver ve çiçekçime EFT yap" gibi bazı yaratıcı kurallar da bulunuyor. ING Asistan'a hem ING Mobil hem de internet bankacılığında ulaşılabilir.

Kurumsal internet şubesi kullanıcılarımıza forward, swap gibi türev işlemleri online yapma imkanı da veriyoruz. Sektörde ilk olan bu uygulamamız sayesinde türev işlem limiti ve sözleşmesi olan şirketler, kur riskinden korunmak için ING FX Platformu'na diledikleri yer ve zamanda ulaşabiliyor. Bu hizmet, ithalat ve ihracatla uğraşan her ölçekte şirkete kur riskinden daha etkili korunma sağlıyor. Özellikle KOBİ'ler anlık kurları göreyerek, gelecek 12 ay içinde istedikleri bir tarihe forward işlem yaparak kur riskini yönetebiliyor.



Mobil cüzdanınız ParaMara da beklenen ilgiyi görüyor mu?

ParaMara, ING Bank müşterisi olsun olmasın tüm kullanıcılarımıza online alışveriş, para transferi, temassız ödeme, fatura ödeme gibi günlük finansal ihtiyaçlarını akıllı telefonlar üzerinden hızlı ve kolayca karşılama olanağı sunuyor. Banka hesabını zorunlu kılmayan ParaMara ile mesai saatleri dışında da tüm işlemleri yapmak, ön ödemeli kart oluşturmak ya da dijital kod satın almak mümkün. ParaMara ile ayrıca, ING Bank kredi kartı müşterilerimize bir ilki daha deneyimlettik ve tüm dünyada Mastercard ile anlaşmalı noktalarda Android ve NFC uyumlu akıllı telefonlarıyla temassız ödeme yapmalarını sağladık. Türkiye'nin



ING Grubu, 2016-2021 dönemini kapsayan 5 yıllık süre içinde yeni nesil dijital bankacılık için 800 milyon Euro yatırım yapmayı taahhüt etti. Alper Gökğöz, "Bu plan kapsamında hem globalde hem Türkiye'de yatırımlarımız sürüyor" diyor...

ilk bulut tabanlı Mastercard temassız ödeme uygulamasıyla ParaMara kullanıcıları, plastik karta ihtiyaç duymadan, sadece cep telefonlarıyla temassız ödeme yapabiliyor.

ING Bank müşterileri hangi ihtiyaçları için hangi hizmet kanallarını kullanmayı tercih ediyor?

Para transferi, ödemeler gibi rutin işlemlerin dijital kanallara kaydığı, şubelerde bu işlemlerin ağırlığının azaldığı bir gerçek. Öte yandan, işlem sürelerini minimuma indiren iyileştirmelerin de katkısıyla şubelerin iş yoğunluğu azalıyor, bu sayede çalışanlarımız müşteriye daha çok değer yaratan hizmetlere yöneliyor. Güncel verilerimize göre müşterilerimiz en çok mobil bankacılığı tercih ediyor. Onu sırasıyla internet, ATM, şubeler, çağrı merkezi ve iş ortaklarımız izliyor.

Şubelerin tasarımı ve iş yapış biçimleri değişiyor. Bu değişim ING Bank'a nasıl yansıyor?

Şubelerin yapısıyla ilgili çok heyecan verici ve global bir sürecin başında olduğumuzu söyleyebilirim. ING

Grubu'nun faaliyet gösterdiği tüm ülkelerdeki ING Bank şubeleri, "Branch Harmonization" projesiyle aynı görünüme kavuşuyor. Türkiye'de pilot olarak Bahçelievler şubesi seçildi ve tasarım projeleri İngiliz firması "instinct laboratory" tarafından oluşturuldu. Proje uygulama çalışmalarını Türkiye'de bir tasarım firmasıyla çalışma başlatıldı. Şubeleri kurgularken çalışanların rollerinde değişiklikler yapılarak müşteri memnuniyeti ön plana çıkarılıyor. Bu doğrultuda oluşturulan yeni şube tasarımıyla müşterilere teknolojiyi kullanarak işlemlerini yapmalarını sağlayacak keyifli ve teknolojik bir ortam sunulacak.

ING Grubu'nun şubeleri aynı görünürlüğe kavuşturmasındaki genel yaklaşım; şubeleri dijital bankacılığın her anlamda işleyişe dâhil edildiği müşteri odaklı bir tasarım ve kurguya sahip ortamlar haline getirmek. Çalışanların müşteriyi beklediği değil, müşteriyi karşıladığı bir pozisyon oluşturuluyor. Yine kişiye ayrılmış çalışma alanlarından ziyade ortak çalışma alanlarıyla çalışanlardan daha yüksek verim elde edilmesi amaçlanıyor. İşlem sürelerinden de tasarruf sağlanacak. Pilot şubenin eylül sonunda faaliyete geçmesi planlanıyor. ☺

ING GRUBU'NUN YAPAY ZEKA EKİBİNİ BİR TÜRK YÖNETİYOR

ING, yapay zeka kullanımını daha ziyade doğrudan sistem entegrasyonu yapamadığı süreçler için tercih ediyor. IT çözümünün maliyetli ya da uygun olmadığı sorunların çözümünde robotları devreye sokuyor. Bu noktada en önemli hedefse bir süreci baştan sona, tüm olası durumları kapsayacak şekilde ilerletebilen, uçtan uca robotlar geliştirmek. Şu anda ING Grubu'nda yapay zeka çalışmaları 250 kişilik veri mühendisi ve modelleme uzmanı ile onlara

destek olan iş analistlerinden oluşan ekiplerle yürütülüyor. Alper Gökğöz, çok yakında Türkiye'nin de bu ekibin önemli bir halkası olacağını haber veriyor.

Öte yandan, ING Grubu'nun farklı ülkelerinde süren tüm bu faaliyetlerin koordinasyonunu sağlamak üzere geçen yıl "Global Yapay Zeka ve Robot Teknolojileri Başkanlığı" pozisyonu oluşturuldu. Başına da ING Türkiye'den bir isim, Görkem Köseoğlu getirildi.





ALTYAPI TAMAM



ODAKTA BÜYÜME VAR



Ödeme sistemleri sektörünün temsilcileri, piyasadaki daralma dönemini, müşterilerini dinleyip onların ihtiyaçlarına yönelik yeni ürün ve hizmetler geliştirerek geçirdi. Seçim sürecinin tamamlanmasını da şans olarak gören şirketler, 2018'in ikinci yarısından itibaren işlem hacmi ve müşteri sayısının artacağına inanıyor. Cılız da olsa yabancı sermaye girişinde de artış beklentisi var...

ESİN GEDİK



Ödeme sistemleri, son yıllarda finans sektörünün en hızlı büyüyen alanlarından biri. Yeni yasal düzenlemeler ve teknolojinin getirdiği fırsatları görerek bu alana giren girişimcilerin sayısı

azımsanmayacak kadar fazla. Bu hızlı büyüme beraberinde bazı zorlukları getirse de yeni yasal düzenlemeler, bankaların ve tüketicilerin yeni ürünlere gösterdiği ilgi, pazarın taşıdığı yüksek potansiyeli gösteriyor.



Önemli isimlerine, ilgili şirketlerin yöneticilerine 2018 yılının ilk yarısını nasıl geçirdiklerini, sektörün genel durumunu ve yılın ikinci yarısı için beklentilerini sorduk. Verilen yanıtlar, yılın

ilk yarısını ürün ve hizmet çeşitliliğini artırmak üzere kurguladıklarını, seçimin geride kalmasıyla birlikte atılacak adımların sektörün büyümesine olumlu katkı yapacağı beklentisi içinde olduklarını gösteriyor...

“Düzenlemeler çağın gereklerine göre güncellenmeli”

Burhan Eliaçık
ÖDED (Ödeme ve Elektronik Para Derneği) Başkanı

Ödeme sistemleri sektörünün temsilcileri yılın ilk yarısını nasıl geçirdi?

Ödeme ve elektronik para kuruluşlarının yeni ürün ve hizmetlerini tanıttığı, güçlü markalarla işbirliklerinin yapıldığı, birey ve KOBİ'ler açısından hizmet ve erişim rekabetinin zenginleştiği, uluslararası işbirlikleri ve açılımlarla daha da heyecan uyandıran bir ekosistem sunan ve yılın kalan kısmına dair güçlü mesajlar veren bir yarıyı geride bıraktık.

Türkiye’de son yıllarda elektronik ödeme uygulamalarının artması tüm sektörleri dönüştürüyor. Bu kapsamda Türkiye’de hangi yeni ürün ve hizmetler kullanıma sunuldu?

ÖDED olarak spesifik bir ürün ya da hizmetten öte, sürekli ve sürdürülebilir yenilikçi ekosistem oluşturulmasına odaklanıyoruz. Bu açıdan değerlendirdiğimizde yılın ilk yarısında FinTech ekosisteminin oluşmasına yönelik kamu ve düzenleyici ilgisinin önceki yıllara kıyaslanamayacak derecede geliştiğini görüyoruz. Çalışma komiteleri, uzun dönem kalkınma raporları ve çalıştayların sektörü ileriye taşıyacak ortamı hazırlayacağını, esas kazanımın da bu olacağını düşünüyoruz.

Son birkaç yıldır ödeme sistemlerini yakından ilgilendiren birçok yasal düzenleme yapıyor. Bu regülasyonlar sektörü nasıl etkiledi, değişmesi ya da revize edilmesi gereken yasa ya da yönetmelik var mı?

Bizim de ödemeler dünyasında gelişmesini en çok arzuladığımız ve bu yönde taleplerimizi ilgili mercilere iletmişimiz konu düzenlemeler. Düzenlemelerin çağın koşullarına göre güncellenmesi büyük önem taşıyor. Maalesef bu noktada rakip ülkelerden çok daha yavaş ilerliyoruz ve bence bu durum finansal sistem açısından kabul edilemez durumda. Temel olarak düzenleme yapılması gereken başlıca alanları ise şöyle sıralayabilirim: PSD2 (Avrupa Ödeme Hizmetleri Direktifi) ve içeriğindeki rekabet, erişim ve yeni tanımlanan roller, sandbox, finansal kuruluşlar arasında çalışma standart ve prensiplerinin belirlenmesi, yeni kimlik tespit yöntemleri...



Seçimlerin geride kalmasıyla birlikte özel olarak sektörde, genel olarak da ödemeler dünyasında nasıl bir süreç bekliyorsunuz? Beklentimiz hız, ilerleme ve büyüme yönünde. Şu ana kadar yaptığımız görüşmelerimiz ve takip ettiğimiz gelişmeler çok daha farklı ve iyi bir döneme girdiğimizi gösteriyor.



“Perakendedeki durgunluk nedeniyle yazılıma yöneldik”

Feridun Yuğaç
POS A.Ş. Genel Müdürü

Yılın ilk yarısını sektörünüz ve şirketiniz açısından değerlendirebilir misiniz?

Perakende sektörü ekonominin iyi olduğu zamanlarda lokomotif görevi üstleniyor. Koşullar iyileştiğinde ya da kötüleştiğinde de en çok etkilenen sektörlerden biri. Yılın ilk yarısında gerek seçim süreci gerekse dövizde kurlarındaki hareketli seyir doğal olarak sektörde durgunluğa sebep oldu. Biz rakamsal hedeflerimizi tutturduk ama bunu “sektor iyiye gidiyor” diye yorumlamak mümkün değil. Perakende alanına yabancı sermaye girişi olmadı, özellikle Anadolu’da yeni açılan mağaza sayısı çok az. Yeni açılan

mağazalarda da firmalar başka şubelerindeki cihazları kullanma yolunu tercih etti. Bunlar büyümenin önündeki engellerdendi. Bu noktada bizim tercihimiz yazılım ürünlerimize ağırlık vermek oldu. Bu sayede perakende sektöründeki müşterilerimizin rekabette bir adım öne çıkmasına katkı sağlamış olduk.

Türkiye’de son yıllarda elektronik ödeme uygulamalarının artması POS sektörünü de dönüştürüyor. Cihaz satışından daha çok ürün ve hizmete yönelim söz konusu. Bu yıl müşterilerinizin hizmetine sunduğunuz yeni çözümler oldu mu?

Belirttiğim gibi, piyasadaki durgunluk cihaz satışının azalması olarak yansıdı. O yüzden biz de yazılıma ve çözümlere önem verdik. Bu noktada GeniusOpen’ın E-Campaign kampanya arama motoru, Click & Collect, Servis Bus, Payment Broker ve CRM Broker çözümleriyle bu yıl da perakende sektörünü ve mağaza deneyimini dönüştürmeyi hedefliyoruz.

Ödeme kaydedici cihazlar (ÖKC) ile ilgili bir kanun var ve 4-5 yıldır devamlı değişiyor. En son gelinen noktada, 1 Ekim itibarıyla basit/bilgisayar bağlantılı yeni nesil ÖKC’ler haricindeki EFT POS cihazlarıyla entegrasyonun tamamlanmış olması gerekiyor.

Ödeme işlemleriyle ilgili kısma bakarsak, çok fazla işlem seçeneğinin olduğunu görüyoruz. Tüm bunların ortak bir zeminde birleştirilmesi gerekiyor. Bunun için uyarılama işlemleri devam ediyor.

Türkiye’de yeni nesil ÖKC cihazı satışı rakamsal olarak hangi noktaya ulaştı? Yılın ilk yarısında ulaşılan sonuçları ve ikinci yarı beklentilerinizi paylaşabilir misiniz?

Burada da bir ayırım söz konusu: Basit/bilgisayar bağlantılı yeni nesil ödeme kaydedici cihazlar ile EFT-POS özellikli yeni nesil ödeme kaydedici cihazlar. EFT-POS özellikli yeni nesil ödeme kaydedici cihazların 1.5 milyon adet gibi bir potansiyeli vardı. Ancak kanunun ilk çıktığı zamanda 850 bin kadari kurulmuştu.

Bizim tarafa bakacak olursak, ilk başta bu kanuna dahil olduk. Bir müddet sonra gerek ekonominin zor durumda olması gerekse perakendecilerin görüşlerini bildirmesiyle birlikte bilgisayar bağlantılı ödeme kaydedici cihazların 10



yıllık kullanım sınırı kaldırıldı. Artık mali hafıza doluncaya kadar kullanılacak. Biz ilk yarıda yapabildiğimiz satışı ve cihaz değişimini yaptık. Müşterilerimize sunduğumuz bu değişime hem yazılım hem de donanımsal boyutlardan incelendiğinde günümüz teknolojilerine daha uygun. Bu sürecin ardından, yeni nesil ÖKC alma işlemleri durdu. Mali hafıza dolunca yeniden alımlar başlayacak. 50 bin civarında kurulumu yapılmış yazarkasa cihazımız var. Bunun 30 bin kadari yeni nesil ödeme kaydedici cihazlarla değişti. Şu anda geriye kalan cihazların mali hafızaları dolduğunda onları da değiştirmek için bekliyoruz.

Seçimlerin tamamlanmasıyla birlikte özel olarak sektörünüzde, genel olarak ödemeler dünyasında nasıl bir süreç bekliyorsunuz?

Seçimler bitti ve yeni hükümet sistemi başladı. İnsanlar öncelikli olarak bu sistemin ekonomiyi nasıl etkileyeceğini görmek istiyor. 10 yıl önce Türkiye’de varlık gösteren perakendecilerin sayısında azalma var. Tekrar gelip gelmeyeceklerini bekleyip göreceğiz. Geriye kalan perakendecilerin yatırım kararları da yine ekonomik gelişmelere bağlı. Ekonomide rahatlatma olduğunda insanlar da rahatlayacak ve satın alacaklar. Durum böyle olduğunda yeni dükkân açmayan insanlar bile açmayı düşünecektir. Bu işin diğer bir yüzü de AVM’lerde veya başka yerlerde kiralama oluyor. AVM’lerde kiralama işinin eski haline dönmesinin biraz zaman alacağını düşünüyorum, çünkü zarar eden şirketler kendilerini kurtarmaya çalışıyor. OHAL kapsamındaki konkordato da perakendecileri çok etkiledi. Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda perakendenin de şu anki durumdan fazlasıyla etkilendiğini söyleyebilirim.

“Müşterilerimiz için yeni çözümler hazırladık”



Öznur Özeniş Verisoft Başkanı



32 ülkede 100’den fazla müşteriye ürün ve hizmet sunan Verisoft’un ödeme sistemlerindeki köklü geçmişi ve edindiği tecrübeyle global bir marka olmak yolunda emin adımlarla ilerlediğini söyleyen Verisoft Başkanı Öznur Özeniş, yeni döneme heyecanlı ve pozitif olarak baktıklarını söylüyor.

“Şu bir gerçek ki, dünyada ödeme sistemleri mobile doğru hızla ilerliyor. Bu gelişmeler ışığında organizasyonumuzu bu değişime göre konumlandırıyoruz” diyen Özeniş, bu

yıl Ar-Ge ekiplerinin yeni ürünler üzerine yoğunlaştığını, mevcut ürünleri de uzman mühendis kadrosuyla sektör ihtiyaçlarına uygun şekilde geliştirdiklerini anlatıyor.

“Hedefimize uygun olarak yılın ilk yarısı bizim için ürün geliştirme açısından verimli geçti, bu yöndeki çalışmalarımıza devam ediyoruz. Finansal açıdan baktığımızda bizim ciromuzun büyük kısmı yurtdışı projelerimizden geliyor” diyen Özeniş açıklamalarını şöyle sürdürüyor: “Fakat Türkiye pazarı da bizim için çok önemli. Yılın ilk yarısında büyük montanlı yeni projeye dönük alımlar bir süre beklemeye geri kalmak istemeyen, uzun yıllardır çalıştığımız büyük markalar için ek geliştirmeler



yaptık. Verisoft olarak teknolojiyi takip eden, sektörde ihtiyaç oluşmadan müşteriye proje geliştiren ve müşterinin uzun yıllar iş ortağı olarak tercih edilen marka olmaya önem veriyoruz.”

26 bankayı tek POS'ta birleştiren yazılım

Verisoft'un iddialı olduğu alanlardan birinin POS çözümleri olduğuna işaret eden Özeniş, bu konuda da şu bilgileri paylaşıyor: “Yerli ve yabancı birçok markanın çözüm ortağıyız. GİB (Gelir İdaresi Başkanlığı) tebliğlerine uygun ÖKC/POS cihazlarına bankacılık yazılımlarını geliştirerek birçok önde gelen bankada devreye aldık. Geliştirdiğimiz çözümle günümüzde sadece bir POS yazılımı, 26 bankayla işlem yapılmasını mümkün kılıyor.”

“Cep telefonlarını POS'a dönüştürdük, dünyaya satacağız”

Turgut Güney
Cardtek CEO'su

Yılın ilk yarısını sanal POS sektörü ve şirketiniz açısından değerlendirebilir misiniz?

Tüketici dijital bir hayat yaşamaya başladı. Finansal kurumlar büyük yatırımlar yaparak, yeni yazılımlar ve stratejiler geliştirerek bu dijital hayatı yakalamanın peşinde. Bu hayatın can damarı olan ödeme sistemleri de global ölçekte büyük bir dönüşümden geçiyor.

Cardtek olarak biz de ödeme sistemlerindeki “state of the art” teknolojilerimiz sayesinde bu dönüşümün hem yerel hem de global önemli bir oyuncusu, hizmet ve ürün sağlayıcısı konumundayız. Bu yıl da Türkiye'deki liderliğimizi güçlendirdik, bahsettiğim trendlerin şekillendirilmesinde önemli rol alarak, global ölçekte büyük işlere soyunduk.

Türkiye'de doğan bir şirket olarak küresel varlığımızı güçlendirmek ve büyümek için Chicago, Toronto, Dubai, İzmir ve İstanbul'daki ofislerimize 2018 yılının ilk yarısında Lüksemburg ve Varşova'yı da ekledik. Giderek büyüyen iş ortakları ağımla yerel ve global beklentilere yanıt vermeyi sürdüreceğiz.

Türkiye'de son yıllarda elektronik ödeme uygulamalarının artması POS sektörünü de dönüştürüyor. Cihaz satışından daha çok ürün ve hizmete yönelim söz konusu. Bu değişim sanal POS sektörünü de etkiliyor haliyle... Bu yıl müşterilerinin hizmetine sunduğunuz yeni çözümler oldu mu?

Dijitalleşmenin ve çoklu kanal eğiliminin POS sektörünü de dönüştürdüğü çok doğru bir tespit. Bununla ilgili bu yıl içinde çok yeni bir ürünümüzün lansmanını yaptık. “Cardtek Soft POS” ürünümüzle artık cep telefonları da POS cihazına dönüşebiliyor. Bizim için çok önemli bir projeyi başarıyla hayata geçirmenin mutluluğunu yaşıyoruz. Dünyanın birçok yerinden çok ciddi talepler geliyor. Bu yeni teknolojik çözümümüz sayesinde işyerleri, bildiğimiz POS cihazlarına gerek olmaksızın, akıllı telefonla-



rından temassız ödeme kabul edebiliyor. Gururla anons ettiğimiz bu yenilikçi ürünümüzü önümüzdeki günlerde daha sık konuşacağız.

Mevcutta kullanılmakta olan “sanal POS” ürünümüzü de değişen ve gelişen pazar talepleri ve sektör tecrübemizi kullanarak yeniledik. Özellikle pazarın ana ihtiyacının “kesintisiz ve güvenli hizmet” olduğunu fark ederek, odağımızı bu alanda yoğunlaştırdık ve ürünümüzün yüksek “availability” (kullanılabilirlik) oranını vurgulayarak relansman yaptık. Daha teknolojik bir ifadeyle, tüm sistem bileşenlerini aktif-aktif olacak ve network altyapısı iki ISP ile kesintisiz otomatik geçiş sağlayacak şekilde yedekleyerek hizmet vermeye başladık. Cardtek Sanal POS'u, güvenli ve kesintisiz hizmet vermesinin yanı sıra bankalar ve üye işyerleri açısından işlemleri anında izleme, anında uyarı sistemi, detaylı raporlama, hızlı ve kolay entegrasyon, kapsamlı ve esnek fraud modülü, farklı dilleri ve para birimlerini destekleme gibi özelliklerle oldukça donanımlı ve tüm ihtiyaçlara cevap verecek şekilde yeniden dizayn ettik. Türkiye pazarına yönelik geliştirdiğimiz bu ürünü

müzü, yurtdışı için de birlikte çalıştığımız iş ortaklarımızdan gelen talepler doğrultusunda geliştirebiliyoruz.

Türkiye’de sanal POS kullanımı rakamsal olarak hangi noktaya ulaştı? Yılın ilk yarısında ulaşılan sonuçları ve ikinci yarı beklentilerinizi paylaşabilir misiniz?

TÜSİAD’ın 2017 verilerine göz attığımızda, küresel e-ticaretin hacminin sadece son 5 yılda 630 milyar dolardan 1.6 trilyon dolara çıktığını görüyoruz. Toplam perakende pazarı içinde de elektronik ticaretin payı iki katı aşan bir büyüme göstererek yüzde 4.2’den 8.5 seviyesine ulaştı. Bu büyüme durmaksızın devam edecek. Aynı rapor, 2021 yılında perakende pazar hacminin yüzde 13 oranında e-ticarete kayacağını öngörüyor.

Türkiye kartlı ödemeler pazarına bakıldığında ise 2016 ile kıyaslandığında online ödemelerin, 2017’de son 5 yılın en büyük büyümesini göstererek yüzde 45 arttığını görüyoruz. Genç nüfusun artışı ve dijital dönüşümün etkisiyle internet-



ten yapılan kartlı ödemenin toplam harcamalar içindeki payı ise yüzde 14’ü geçmiş durumda. Ayrıca 2017 yılında her 5 kredi kartından 2’sinin internet alışverişlerinde kullanıldığını görüyoruz. Bu gelişmeler oldukça umut verici.

“Yabancı sermayenin yerli FinTech’lere ilgisi artacak”

İlker Diker
Papara CEO’su

Papara yılın ilk yarısını nasıl geçirdi, üye ve kart sayınız hangi seviyelere ulaştı?

Türk FinTech sektörü, kurumların ve bireylerin dijitalleşmesi sürecinde önemli bir paydaş olma iddiasını sürdürüyor. Kredi dışında finansal hizmetlere erişimi yaygınlaştırarak, daha fazla kişinin ekonomiye katılımını sağlamak için çabalar devam ediyor. Müşterilerimizden aldığımız geri beslemeler ve büyüme trendimize bakınca alınacak yolun çok uzun olduğunu görüyor ve çalışmaya devam ediyoruz. Papara, Haziran 2018 sonu itibarıyla yüzde 700 büyüme kaydetti ve kayıtlı kullanıcı sayısını 500 binden 1.3 milyona yükseltti.

Ön ödemeli kartlar konusunda Türkiye nasıl bir potansiyele sahip? Yılın ilk yarısında ulaşılan seviyeyi ve ikinci yarı beklentilerinizi paylaşabilir misiniz?

Genç nüfusu, bankacılık sistemine dahil olmamış kişi sayısı, faizsiz finansal hizmetler talebine bakınca Türkiye’deki potansiyelin çok büyük olduğunu düşünüyorum. Papara olarak ön ödemeli kart cirosunda aylık bazda ortalama yüzde 50 gibi muazzam bir büyüme trendi içindeyiz. Satış noktası sayısını yaygınlaştırma konusunda çabalarımız devam ediyor. Perakendede öncü zincir marketlerle görüşüyoruz. Tıpkı ekmek, su gibi ön ödemeli kartların da temel ihtiyaç olarak her markette bulunur hale gelmesini amaçlıyoruz. Tüm dünyada bu böyle, raflarda çeşit çeşit ön ödemeli ve dijital platform kartları satılıyor. Eminim bizde de çok yakında böyle olacaktır. Dolayısıyla ikinci yarıda kart satış noktalarını yaygınlaştırıp, ürünün faydasını gösterebilmek için teşvik ve kampanyalarla daha fazla kullanıcı kazanıp, onların deneyimleriyle kartı geliştirmeye devam edeceğiz.



Yine çok yakın zamanda lansmanını yaptığımız Papara kurumsal kartımıza da yılın ikinci yarısında ağırlık vereceğiz. İşletmelerin ihtiyaçlarına yönelik, tamamen kendilerinin yönettiği “terzi yapımı” kart hizmeti çözümümüze şu anda çok yaygın bir talep var. Örneğin, 20 aracı olan bir lojistik şirketi şoförlerine bu kartı verip, kartların tüm kullanımını anlık monitör edip, istediği anda kendisi online olarak limit yükleyip ya da kartın geçerli olduğu sektörleri belirleyip şu ana kadar hiçbir finansal kurumdan alamadığı bir hizmete ulaşmış olacak. Bu kartı dilerse binlerce satış noktasına ödül yükleyip dağıtmak için de kullanabilirsiniz. Kart kredisiz olduğu için faiz/ücret sürprizi olmadığını kullanılabilecek. Bunu kurumsal müşterilerimiz sunduğumuz modül üzerinden kurumlar kendi başlarına yönettikleri için de operasyonel verimlilikleri artacaktır.

Türkiye’de bugüne kadar arka planda kalan ön ödemeli kartlar popüler hale geldi. Bu açıdan hem sektörü hem de Papara’nın geldiği noktayı değerlendirebilir misiniz?

Trendlere baktığımızda hem “yükle/öde” temelli hem de

kredisiz finansal hizmetlere talebin giderek yükseldiğini görüyoruz. Ayrıca finansal hizmetlere erişim isteği artık 18 yaş altına düştü. Tüm bunları görerek cesur bir adım atık ve Mastercard'a kayıtlı, banka bağımsız bir "issuer" (sunucu) olarak Eylül 2017'de Papara Mastercard'ı lanse ettik. Kartımız birçok yönden benzersiz özellikler taşıdığı için 1 yıldan kısa sürede 120 bin kullanıcı sayısına ulaştı. Ödeme hizmetlerine ulaşmak için aynı gün içinde kartı alıp, aktive edip, para yükleyip dünyanın herhangi bir noktasında harcayıp para çekebilirsiniz. Bu noktada Papara'nın, boşlukta kalan bir segmenti canlandırarak "nakitsiz ödemeler toplumu" stratejisine de hizmet ettiğini söyleyebiliriz.

Seçimlerin tamamlanmasıyla birlikte özel olarak sektörünüzde, genel olarak da ödemeler dünyasında nasıl bir süreç bekliyorsunuz?

En büyük beklentim, Türkiye'ye yatırım yapma iştahının daha da artıp bizim gibi yerel FinTech'lerin yurtdışı yatırımcıların daha fazla ilgi alanına girmesi. Türkiye'nin bu anlamda hala çok yüksek düzeyde yatırım yapılabilir durumda olduğunu ve bu fırsatları erkenden değerlendiren yatırımcının ileride çok kârlı çıkacağını düşünüyorum.



papara

"Eylül ayında yeni çözümümüzü tanıtacağız"

Murat Karagözoğlu

Diebold Nixdorf Türkiye Bankacılık Genel Müdürü

Türkiye ATM sektörü yılın ilk yarısını nasıl geçirdi? Hem şirketiniz hem de sektör geneli açısından görüşlerinizi öğrenebilir miyiz?

Yılın ilk yarısı firmamız açısından oldukça yoğun geçti. Birçok önemli projeyi hayata geçirdik ve belirlediğimiz hedeflere ulaştık. Özellikle yazılım tarafında halen devam eden büyük roll-out'larımız ya da pilot sürecine geçmiş projelerimiz var. Uzun yıllardır bu konuda yaptığımız yatırımların sonucunu almak bizleri sevindiriyor. Ayrıca kendi cihazlarımızın servisinin yanı sıra diğer markaların ürünlerine, farklı IT ekipmanlarına yönelik şube bakımı gibi hizmetlerimize devam ediyoruz. Hedefimiz her zaman olduğu gibi uçtan uca çözümlerle müşterilerimizin hayatını kolaylaştırmak.

Türkiye'de son yıllarda elektronik ödeme uygulamalarının artması ATM üreticilerini de etkiliyor. Cihaz satışından daha çok ürün ve hizmete yönelim söz konusu. Bu yıl müşterilerinize sunduğunuz yeni çözümler oldu mu?

Evet, asıl hedef olarak perakende bankacılığa odaklanmış müşterilerimiz, bir yandan elektronik ödeme kanallarına yatırımlarını sürdürürken, aynı zamanda maliyetlerini azaltmak, şube yatırımlarını optimum düzeye taşımak ve satış güçlendirmek için her zamankinden daha fazla self-servis otomasyon çözümlerine yöneliyor. Biz de bu noktada onlara desteğimizi artırarak devam ediyoruz. Şu anda Türkiye'nin önemli birkaç bankasında şube dönüşüm projeleri yürütüyoruz. Yazılım tarafında nakit optimizasyonu artık kaçınılmaz bir nok-



taya geldi, bir süredir bu tarafta da çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bununla birlikte yeni çözümlerimizi pazara sunmaya devam ediyoruz. Örnek olarak müşterilerimiz açısından zaman çok kritik ve anlık karar verme süreçlerini desteklemek amacıyla yılın ikinci yarısında bulut tabanlı çözümlerimizi piyasaya sunmaya başladık.

Sektöre yönelik yakın zamanda bir organizasyon planınız var mı?

Bu konuda bir süredir çalışıyoruz. Eylül ayının son haftasında İstanbul'da sektörün önde gelenlerinin katılacağı bir organizasyon planlıyoruz. Amacımız sektördeki herkesin bilgi paylaşabileceği, yeniliklerden haberdar olabileceği bir platformdur.

form oluşturmak. Bunun da resmi olarak bilgilendirmesini önümüzdeki günlerde yapacağız.

Türkiye ATM pazarı satışlar açısından hangi noktaya ulaştı? Yılın ikinci yarısına yönelik beklentilerinizi paylaşabilir misiniz?

Pazar bir süredir 50 bin seviyesine ulaşmaya çalışıyordu

ve yılın başında bu rakama ulaşıldı. Pazarın bu seviyelerde devam edeceğini öngörüyoruz. Ayrıca yılın ikinci yarısında beklenen birkaç büyük ihale var, bunlar için hazırlıklarımızı sürdürüyoruz. Seçimlerin tamamlanması piyasadaki belirsizlik ortamını ortadan kaldırmış görünüyor. Yılın ilk yarısında yatırım konusunda tereddüt eden kurumların ikinci yarıyla birlikte bu planlarını devreye almalarını bekliyoruz.

“Paynet üzerinden geçen işlem hacmi 1 milyar 250 milyon TL’yi aşacak”



Bakay Korkmaz
Paynet Genel Müdürü

Yılın ilk yarısını sektörünüz ve şirketiniz açısından değerlendirebilir misiniz?

Sektörümüzde BDDK lisanslı 42 şirket var. Paynet de dahil bunların 31’i, Ödeme ve Elektronik Para Derneği’ne (ÖDED) üye. 2017 yılı verilerine göre 28.4 milyar TL’lik işlem ÖDED üyeleri üzerinden yapıldı. Türkiye çapında 18.5 milyon bireysel müşteri ÖDED üyeleri üzerinden işlem yaptı. Yaklaşık 100 bin KOBİ de bu sistemle çalışıyor. Bildiğiniz gibi Paynet’in temelleri 2000 yılında Türkiye’nin en yaygın dağıtım ağına sahip bilgisayar ürünleri dağıtıcısı Arena’nın kendi bayilerinden kredi kartıyla tahsilat yapması fikriyle atılmıştı. Arena’nın iştiraki olan Paynet, tüm sektörün “B2B’de (firmadan firmaya) kredi kartı mı olur!” dediği ortamda kredi kartını bir ödeme aracı olarak iş hayatına soktu. 2015 yılında bu tecrübeyi tüm sektörlerle açma hedefiyle Paynet Ödeme Hizmetleri A.Ş. kuruldu ve tüm şirketler için ödemeye aracılık hizmetlerine başladı. 2016 yılında ise BDDK lisansı alındı.

Paynet olarak hem web hem de Android/iOS tabanlı mobil cihazlar üzerinden tahsilat yapabiliyoruz. Ayrıca yine bu platformlardan SMS ve e-posta ile uzaktan tahsilat yapılabilmesi için Paylink ürünümüz, tek tıkla ödeme alınabilmesi

in kart saklama hizmetimiz ve saklanan kart bilgileriyle belirli periyodlarla ödeme alınabilmesi için dü-

zenli ödeme ürünümüz var. Bu sayede kolaylıkla tahsilat yapılmasını sağlıyoruz. Sanal POS’umuzu kullanan yaklaşık 10 bin işletme var. Müşterilerimizin ağırlığı bayi ağı olan kurumsal firmalar. 100’den fazla bu tip müşterimiz var, 10 bin POS terminalimizin 8 bini onlara dağılmış durumda. Diğerleri ise tekil işletmeler ve e-ticaret sitelerinde. Haziran ayındaki daralmaya rağmen, yılın ilk yarısını işlem hacminde geçen yıla göre 2 misli büyüyerek tamamladık. Sektör çeşitliliğimizi artırdık. Yılın ikinci yarısında da aynı şekilde devam ederek hem ürün hem de hizmet sunduğumuz sektör ve firma sayısını artırmayı hedefliyoruz. Paynet üzerinden geçen işlem hacmi, 2018’de 1 milyar 250 milyon TL’yi aşacak.

Türkiye’de son yıllarda elektronik ödeme uygulamalarının artması sadece finans sektörünü değil, perakendeyi de yakından etkiliyor. Bu süreçte müşterilerinize sunduğunuz yeni ürün ve çözümler oldu mu?

Finansal teknoloji uygulamaları birçok avantajı beraberinde getiriyor. Finans dünyasındaki her olumlu gelişme perakendeyi de etkiliyor. Bu alanda sunduğumuz sanal POS sistemi, perakende vade sorununu çözüyor ve müşterilerin istediği her karta taksit yapma talebine karşılık veriyor. Aynı özelliklere sahip ve ÖKC olarak da kullanılacak mobil fiziki POS cihazımızı test etmeye başladık. Ayrıca bazı teknik geliştirmeler yaparak müşterilerimizin muhasebe, satış, pazarlama gibi faaliyetlerine katkıda bulunuyoruz.

Seçimlerin tamamlanmasıyla birlikte özel olarak sektörünüzde, genel olarak da ödemeler dünyasında nasıl bir süreç bekliyorsunuz?

2018 yılının ilk yarısı, özellikle haziran ayı seçim süreci nedeniyle temkinli geçmişti. Tüm sektörler olduğu gibi ödemeler dünyası da bu süreçten etkilendi. Şimdi bir normale dönüş yaşanmasını umuyoruz. Bu noktada kredi kartı taksitlerindeki faiz oranı önemli bir göstergesi, çünkü doğrudan maliyeti etkiliyor. Dünyadaki dijitalizasyon ve “çoklu kanal” trendi devam ediyor. Bir FinTech şirketi olarak Paynet, piyasayı iyi izlemeye ve müşteri odaklı çözümler üretmeye devam edecek. Son 3 yılda olduğu gibi bu yıl da büyüyeceğiz.

Öte yandan, bu yıl Paynet Kuzey Kıbrıs şirketimizi faaliyete geçirdik. Özellikle sigorta acentelerinde yaygınlaşıyoruz. KKTC’de motorlu taşıtlar vergisi tahsilatına aracılık yapmak üzere de çalışıyoruz. Uzun vadeli hedefimizse uluslararası alanda faaliyetlere başlamak. ☺



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

17 Aralık 2013 Salı 14:39

Finans Gündem

ARAAMA YAP

ANA SAYFA | GÜNDEM | BANKACILIK | FINANS KULİSİ | SİGORTA - BES VE HAYAT | EMLAK-MORTGAGE | PARA PİYASA | LEASING/FAKTÖRİNG | 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 Çiğli ilçesinde 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 MALAGELSİNİ
canageceginemalagetsin.com
TEB

FINANS SEKTÖRÜNÜN
İNTERNETTEKİ BULUŞMA ADRESİ

CARDTEK, yüksek teknolojisiyle ödemeleri dijitalleştiriyor



Cardtek
CEO'su
Turgut
Güney

Türkiye’de kullanılan her 3 kredi kartından biri Cardtek yazılımları üzerinde çalışıyor. Yine her 3 kredi kartı işleminden biri ve Türkiye kredi kartları cirosunun yüzde 37’si Cardtek platformları üzerinden geçiyor. Türkiye’de POS’lardan geçen cironun yüzde 51’i Cardtek Kart Paketi yazılımları üzerinde yönetiliyor. İşte tüm bu işlemlerin sorunsuz bir şekilde yapılmasını sağlayan Cardtek Ödeme Sistemleri Çözümü’nün teknolojik altyapısı, “state of the art” olarak yeniden yapılandırıldı...

Cardtek; kredi kartları, banka kartları ve ön ödemeli kartların uçtan uca yönetimini sağlayan ödeme sistemleri çözümünün teknolojik altyapısını yeniden yapılandırdı. Cardtek Ödeme Sistemleri Çözümü, modüler yapıyla hem kart hem de üye işyeri yönetimi için bankaların, finans kuruluşlarının ve ödeme hizmet sağlayıcı firmaların tüm ihtiyaçlarına cevap verebilecek kapsamlı bir platform sunuyor.

EMV (çip ve PIN) uyumlu Cardtek Ödeme Sistemleri Çözümü; bireysel kartlar, ticari kartlar, banka kartları, ön ödemeli kartlar gibi ödeme sistemleri dünyasında yer alan geniş bir ürün gamını, charge, revolve, taksit, taksit öteleme, ekstre öteleme gibi birçok farklı özelliği destekliyor. Cardtek CEO’su Turgut Güney, “Çözümümüz, oldukça derin/sofistike olan Türkiye ödeme sistemleri pazarında hizmet veren bankaların farklı ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda özelleştirilebiliyor” diyor.

Cardtek kart paketinin ana bileşenlerini; kart ürün yönetimi, kart basım, otorizasyon, ücret ve faizlendirme yapısı, hesap özeti oluşturma, müşteri yönetimi, kart yaşam döngüsü yönetimi, kampanya yönetimi, puan yönetimi, takas ve mahsuplaşma, şikayet, chargeback (ters ibraz) ve sahtekarlık yönetimi ve üye işyeri yönetimi olarak sıralamak mümkün.

Turgut Güney ile yenilenen Ödeme Sistemleri Çözümü'nün özelliklerini ve Cardtek müşterilerine sağladığı faydaları konuştuğumuz...

Cardtek'in Türkiye ödemeler pazarındaki konumunu özetleyebilir misiniz?

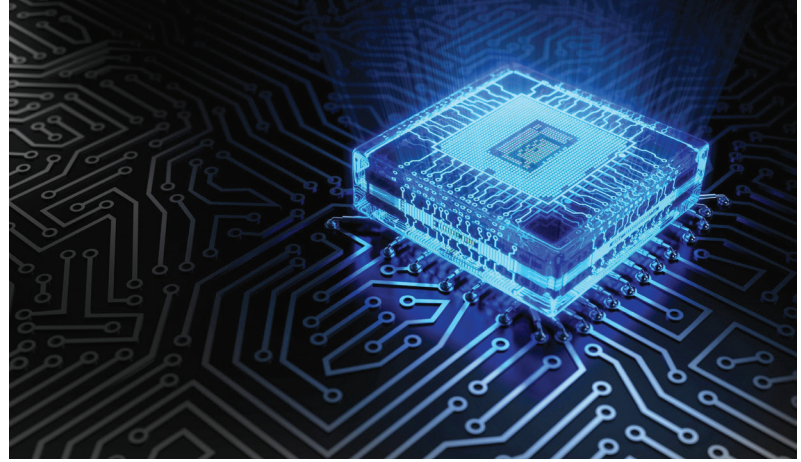
Öncelikle Türkiye'de kullanılan her 3 kredi kartından birinin Cardtek Kart Paketi yazılımları üzerinde çalıştığını belirtmek isterim. Yine benzer oranda, ülkemizdeki toplam kredi kartı işlemlerinin yüzde 34'ü Cardtek Kart Paketi yazılımları üzerinden yapılıyor. Başka bir ifadeyle Türkiye'de yapılan 3 kredi kartı işleminden biri Cardtek platformları üzerinden geçiyor.

Türkiye kredi kartları cironun yüzde 37'si Cardtek Kart Paketi yazılımları üzerinden geçiyor. Türkiye'de POS'lardan geçen cironun yüzde 51'i Cardtek Kart Paketi yazılımları üzerinde yönetiliyor. Ayda ortalama 200 milyona yakın kartlı işlem Cardtek Kart Paketi yazılımları üzerinden geçiyor.

Cardtek Ödeme Sistemleri Çözümü hangi ihtiyaç ve beklentiler doğrultusunda yenilendi? Müşterileriniz için ne gibi faydalar, avantajlar sağlayacak?

Değişen ve gelişen ihtiyaçları daha iyi karşılamak, dijitalleşen dünyaya uyum sağlayabilmek adına Cardtek olarak ürün ailemizdeki amiral gemimiz olan Cardtek Ödeme Sistemleri Çözümü'nün teknolojik altyapısını yenilmeye ve "state of the art" (en ileri teknoloji, teknoloji harikası) olarak yeniden yapılandırmaya karar verdik. Yüksek performanslı ve güncel yazılım teknolojisiyle geliştirilen çözümümüzün yeniliklerini ve sunacağı avantajları şöyle sıralayabiliriz:

- Veritabanının bağımsız hale gelmesi sayesinde kurumların veritabanı seçimlerini özgürce yapmalarını sağlayarak maliyet avantajı sağlayacak.
- Bulut teknolojisi ile IT maliyetlerini düşürerek kurumların IT yatırımı yapmaksızın hizmeti "as a service" (hizmet modeli) olarak almalarını sağlayacak.
- Web tabanlı yapısıyla kurumların operasyonel işlemlerini her türlü dijital platformdan kolayca erişip yapmalarını sağlayacak.



- Yeni entegrasyon mimarilerine uygun yapısı sayesinde mobil cihazlar da dahil IoT (nesnelerin interneti) gibi yeni teknolojilere entegre olmayı kolaylaştıracak.
- Open API (açık uygulama programlama arayüzü) desteğiyle paketi tüm dış sistem entegrasyonlarına hazır hale getirecek.
- Monolitik uygulama yapısından tümleşik (all in one) mikro servis mimarisine geçerek modüler, ölçeklenebilir ve 7/24 kesintisiz hizmet sunacak.



- Birden fazla dili destekleyecek. "Çoklu dil desteği" özelliği sayesinde kurumların farklı ülkelerdeki operasyonlarına destek sağlayacak.
- Çoklu kurum desteği özelliği sayesinde birden fazla kurumun kartlarını yöneten ödeme hizmet sağlayıcıları için avantaj yaratacak bir yazılım paketi haline geldi.

Cardtek yurtiçi ve yurtdışında kimler için ödeme altyapısı, hizmetleri sunuyor?

Türkiye pazarında Cardtek Kart Paketi ürünümüzü İş Bankası, issuing (kart yönetimi); Yapı Kredi, Aktif Bank, Odeabank, TEB ve Türkiye Finans Katılım Bankası issuing ve acquiring (üye işyeri yönetimi); Akbank ise acquiring olarak kullanıyor. Yurtdışında ise Hindistan'ın en büyük şehirlerinden olan Bangalore ve Kochi'nin ulaşım kartlarının basımı ve yönetimini üstlenen Axis Bank, Cardtek'in yazılımlarını kullanıyor.

Kart paketi platformunuzla birçok ülkede hizmet verdiğiniz biliyoruz. Yeni altyapı yeni pazarları da beraberinde getirecek mi?

Türkiye'nin sofistike ve derin ödeme sistemleri altyapısı sayesinde edindiğimiz 17 yıllık deneyim, uzman mühendis kadromuz Chicago, Toronto, Varşova, Lüksemburg ve Dubai ofislerimiz üzerinden dünya üzerinde 35'ten fazla ülkeye teknoloji ihraç ediyoruz, müşterilerimizi ürün ve hizmetlerimizle destekliyoruz. ☺

Pakistan ödeme sistemleri pazarı



AHMET ALPTEKİN

Ödeme sistemleri açısından Pakistan'dan öğreneceklerimiz olduğu gibi öğretebileceğimiz de pek çok konu var. Bankacılıkta biyometri kullanımı ve regülasyonun zamanında ve etkin yol göstericiliği incelenmeye değer hususlar. Yaklaşık 12 yıl önce EMV'ye geçiş sürecini başlatan Türkiye ödeme sektörünün Pakistan'a sunacağı ürünleri ve tecrübeleri mutlaka olacaktır...

Pakistan çoğumuzun tahmininden daha büyük bir ülke. Nüfusu 200 milyonu geçti. GSMH'si (gayri safi milli hasıla) 300 milyar ABD Doları.

Pakistan, parlamenter demokrasiyi uygulayan ve her 5 yılda seçime giden bir İslam cumhuriyeti. Çin, Suudi Arabistan, Türkiye ve ABD ile iyi ekonomik ve siyasi ilişkileri var. Ülke 1960-1970 yılları arasında yüksek bir ekonomik büyüme dönemi yakaladı. Ancak 80'lerde Sovyet-Afgan savaşı nedeniyle ekonomisi olumsuz etkilendi. 90'lı yıllarda dünyanın 7'nci nükleer gücü oldu. ABD'deki 11 Eylül terör saldırılarından sonra Afganistan'da terörle savaşta ABD'nin yakın müttefiki olarak kendini yeniden konumlandırdı. 2015 yılında 46 milyar dolar yatırım yaparak 3 bin km uzunluğunda Çin-Pakistan ekonomik koridoru inşasına başladı. Bu iddialı stratejik projenin tamamlanmasıyla birlikte Çin, 45 gün olan enerji ve ürün tedarik zinciri süresini 10 günün altına indirecek.

Pakistan'da dört mobil operatör faaliyet gösteriyor. Operatörlerin payları birbirlerine yakın, büyük farklar yok. Etisalat, Zong, Telenor ve Veon sırasıyla yüzde 15, yüzde 19, yüzde 28, yüzde 37 pazar payına sahip. Ülkede 140 milyon aktif abone mevcut. Bankacılık sistemi nispeten zayıf. 115 milyon kişinin herhangi bir banka hesabı yok. Bu boşluğu mobil cüzdanlar doldurmuş durumda. Dört tane ulusal mobil cüzdan bankacılık sisteminin boşluğunu dolduruyor.

Pakistan bankacılık sistemi

Ülkedeki 25 milyon kişi bankacılık sistemini kullanıyor. Dünya genelinde yüzde 67 olan hesap sahipliği oranı Pakistan'da yüzde 18.



Bankacılık sistemi ülke genelinde bir çözüm olarak görülüyor. Ülke genelindeki kaynak yetersizliği, kişisel birikim zayıflığı ve özel sektör yatırım eksikliği gibi temel imkansızlıklar bankaların elini kolunu bağlıyor. Bu durumun sonucu olarak Pakistan'da mikrofinans bankaları ve şubesiz bankacılık kavramları gelişme göstermiş durumda.

Pakistan mikrofinans bankaları

Pakistan fakirliğin yaygın olduğu bir ülke. Ayrıca taşrada yaşayan kitle çok büyük. Fakirliğin iyi kanalize edilebilen finansal yardımla azalacağı 1970'lerde test edilip başarılı olmuştu. Dr. Muhammed Yunus bir sosyal girişimci olarak Gramen bankasını kurup mikrokredinin öncülüğünü Bangladeş'te başarıyla uygulamıştı. Bangladeş o zamanlar yeni Pakistan'dan ayrılmış ve bağımsız bir ülke olmuştu.

Pakistan devlet otoritesi fakirlere kredi vermesini teşvik etti. Bunun sonucu olarak fakirlere ulaşabilen mikrokredi organizasyonları etkinliklerini artırdı. Bunlar STK'lar, tefeciler, mikrofinans bankalarıydı. En büyük pay tefecilere, sonra STK'lara aitti. Mikrofinans bankaları sadece büyük şehirlerde ve sınırlı çevrede faaldti. Mobil telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte mikrofinans bankaları bekledikleri erişim kanalına ulaştı ve mobil operatör firmalarıyla birleşerek dominant konuma eriştiler. Mikrofinans bankalarının mobil operatör altyapıları kanalıyla sundukları finansal servisler Pakistan'da "şubesiz bankacılık" (branchless banking) olarak isimlendirilmiş durumda.

Pakistan'da ülke geneline yayılmış etkin bir bankacılık ağı yok ama etkin bir şubesiz bankacılık ağı mevcut. Ülke genelinde geleneksel banka hesabı sahipliğinden daha fazla şubesiz bankacılık hesabı sahipliği mevcut. Ve bu kanal büyük bir hızla büyüyor. 49 milyon toplam banka hesabının 33 milyonu şubesiz bankacılık hesabı. Ülkede finansal katılımı artırmaya önayak olan şubesiz bankacılık modeli için bazı yapısal uyarlamalar



yapılmış. En önemli hamle, banka şubeleri dışında hesap açılmasını bankacılık mevzuatıyla yasal hale getirmek olmuş. Bu kolay olmamış çünkü, uluslararası bankacılık kuralları gereğince bir banka hesabı açılabilmesi için kara para aklama ve terörün finansmanı ile mücadeleyle ilişkin regülasyonların takip edilmesi yani “müşterini tanı” (know your customer - KYC) diye tabir edilen prosedürlerin tamamlanması gerekiyor. Pakistan bunu NADRA sayesinde teknolojiyi ve inovasyonu devreye sokarak çözmüş.



NADRA hakkında

Ülkenin ulusal kimlik veritabanını oluşturan, geliştiren ve yöneten kurum NADRA (National Database Registration Authority). Pakistan güvenlik riskinin yüksek olduğu bir ülke. Terör saldırılarını önlemek üzere alınan önlemlerden birisi mobil hat sahipliğini kontrol etmek olmuş. Bu amaçla mobil hat sahibi herkesin parmak izi verisi alınmış ve NADRA tarafından kayıt edilmiş. Ülke genelindeki tüm mobil operatör bayileri ve mobil hat satış noktaları parmak izi okuyucularla donatılmış. Yeni hat almak veya hattıyla işlem yapmak isteyenler, yetkili bayilerde ancak parmak izini doğrulayarak işlemlerini tamamlayabiliyor. NADRA bankalara, operatörlere ve tüm bayilere online kimlik teyit hizmeti sunuyor. Bunu ücret karşılığında yapan NADRA önemli bir gelir elde ediyor.

NADRA'nın parmak izi doğrulama servisi sadece mobil hat işlemleri için kullanılmıyor. Bir süre önce, ülke içinde nakit para transferi (P2P) yapmak için de zorunlu hale getirilmiş durumda.

EMV'ye geçiş

Pakistan Merkez Bankası geçen yıl ATM'lerde karşılaşılan yaygın sahtekarlık ve hırsızlıklarla mücadele etmek üzere çipli karta geçiş kararı aldı. 31 Aralık 2018 itibarıyla tüm kartlı ödeme sistemlerinin çip ve PIN uygulamasını desteklemesi gerekiyor. Bankalar mevcut ödeme sistem altyapılarını çip ve PIN uyumlu hale getirmeye başladı. Ülkede 38 milyon civarında ödeme kartı, 13 bin ATM, 50 bin banka EFT POS cihazı var. 44 banka ve toplamda 14 bin 400 banka şubesi hizmet veriyor.

Pakistan Merkez Bankası'nın direktifi doğrultusunda, ödeme kartlarının müşterilerin kullanımına hazır hale getirilmesi olan kişiselleştirme işleminin ülke içinde yapılması gerekiyor. Bu nedenle bankalar çoğunlukla kişiselleştirme sistemlerini kendi bünyelerinde tutuyor. Çoğu makine yatırımlarını yapmış, personellerini eğitmiş ve ödeme kartlarını kendi imkanlarıyla basacak durumda. Az sayıdaki küçük banka ise kişiselleştirme çözümü için ülkedeki tek kişiselleştirme merkezini kullanıyor.

Pakistan kartlı ödeme pazarının bu yıl itibarıyla yüksek bir büyüme göstermesi bekleniyor. 2018 yılı içinde ülkede 12 milyon çipli kartın bankalarca kullanıma sokulması öngörülüyor. Sadece kartlar değil ATM, POS cihazları tarafında da yatırımlar yapılması, EMV'ye uyumlu hale getirilmeleri gerekiyor. Kart yönetimi, host, otorizasyon, anahtar yönetimi gibi EMV'ye geçiş için uyarlanması gereken yazılımların da bankacılık sisteminin yapmaya başladığı veya yapacak olduğu yatırımlar arasında.

Bu yıl içinde Pakistan Merkez Bankası son kullanıcıya verilen ödeme kartlarının anonim olamayacağını, kartların üzerinde son kullanıcının isim ve soyadı bilgilerinin de basılı olarak son kullanıcıya sunulabileceği hakkında tebliğ yayınladı. Kart kişiselleştirme anlamında yeni modellerin uygulamaya alınacağını öngörebiliriz.

Pakistan ulusal ödeme sistemi: PayPak

2011 yılında Maya deklarasyonunu imzalayan Pakistan, finansal katılımı geliştirmek üzere taahhüt altına girmişti. Bankacılık sistemini regüle eden Pakistan Merkez Bankası, finansal erişimi uygulamaya yönelik bir dizi strateji geliştirdi. Ulusal ödeme sistemi de bu stratejinin bir sonucu olarak 2017 yılında hayata geçirildi. PayPak markasıyla bankalara alternatif kart ödeme yöntemi sunmaya başlandı. Hedef daha düşük maliyetli, ülke ihtiyaçlarıyla esneyebilecek bir ödeme altyapısı temin edilmesiydi. PayPak kartlarının uluslararası dolaşımında da kullanılabilmesi 2018 yılının başında JCB ve UnionPay ile işbirliği yapılarak temin edildi.

Ödeme sistemleri çerçevesinde Pakistan'dan öğreneceğimiz olduğu gibi öğretebileceğimiz de pek çok konu var. Bankacılıkta biyometri kullanımı ve regülasyonun zamanında ve etkin yol göstericiliği incelenmeye değer hususlar. Diğer taraftan, yaklaşık 12 yıl önce EMV'ye geçiş sürecini başlatan Türkiye ödeme sektörünün Pakistan'a sunacağı ürünleri ve tecrübeleri mutlaka olacaktır. Özellikle sadakat (loyalty) şemaları, kredi kart pazarlama stratejileri ve ürünleri, finansal okuryazarlık eğitim ve bilgilendirme metodları, üye işyeri geliştirme konuları Pakistan ödeme endüstrisinin gelişme alanları. ☹



115 MİLYON PAKİSTANLININ BANKA HESABI YOK!

- 200 milyon nüfuslu Pakistan'da 25 milyon kişi bankacılık sistemini kullanıyor. Ülkede 44 banka ve toplamda 14 bin 400 banka şubesi hizmet veriyor.
- Dünya genelinde yüzde 67 olan hesap sahipliği oranı Pakistan'da yüzde 18. 115 milyon kişinin herhangi bir banka hesabı yok.
- 49 milyon toplam banka hesabının 33 milyonu şubesiz bankacılık hesabı.
- Pakistan'da 38 milyon civarında ödeme kartı, 13 bin ATM, 50 bin banka EFT POS cihazı var.
- 2018 yılı içinde ülkede 12 milyon çipli kartın bankalarca kullanıma sokulması öngörülüyor.



Teknoloji ülkelerine teknoloji satıyor

Köklü ödeme sistemleri çözüm üreticisi Verisoft, 32 ülkeye yeni nesil teknoloji ihraç ediyor. Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine hız veren şirket, 3 yıl içinde ihracatın cirodaki payını yüzde 70'e ulaştırmayı planlıyor...

34 yıllık tecrübesiyle başta bankacılık, kamu, perakende ve akaryakıt olmak üzere birçok sektör için ödeme sistemleri çözümü sunan Verisoft, yurtiçi ve yurtdışı pazarlardaki büyümesini sürdürüyor. Ar-Ge faaliyetlerine Yıldız Teknopark'ta devam eden şirket, İstanbul'daki merkezinin yanı sıra ABD, Kanada, İngiltere, Slovakya, Bosna Hersek ve Dubai'deki ofisleriyle 5 kıtadaki müşterilerine hızlı ve kesintisiz hizmet sunuyor.

Önümüzdeki dönemde ihracata daha fazla ağırlık vereceklerini belirten Verisoft CEO'su Onur Alver, "3 yıl içerisinde ihracatın cirodaki payını yüzde 70'e ulaştırmayı planlıyoruz. Ödeme sistemleri teknolojilerinde dünya çapında birçok ilk projeye imza attık. Sektörde küresel bir aktör olma hedefimiz doğrultusunda, ödeme sistemleri teknolojilerine liderlik eden ülkelere de yeni nesil teknoloji ihraç ediyor, bu piyasalardaki pazar payımızı artırmayı hedefliyoruz. Yeni ilkler peşindeyiz. Bu doğrultuda Ar-Ge ekibimizle ürünlerimizi sektör ihtiyaçlarına uygun şekilde geliştirmeye devam



Verisoft
CEO'su
Onur Alver

ediyoruz. Verisoft olarak yakın gelecekte çok daha gelişmiş teknolojilerle Türkiye ve yurtdışı pazara yeni ürünler sunacak ve dijital dönüşüme öncülük edeceğiz" diyor.

Amerika'nın EMV dönüşümüne katkı sağlıyor

Yurtdışında halen birçok projesi devam eden Verisoft, şu sıralar özellikle Amerika pazarı için tatlı bir telaş içerisinde. 90'lı yıllarda Cardix Kart Ödeme Platformu ile Türk bankacılık sektörüne çözüm üreten Verisoft, kart paketi yazılımını Amerika'daki müşterilerinin ihtiyaçları doğrultusunda uzman mühendis kadrosuyla geliştiriyor. Cardix Kart Ödeme Platformu, yeni teknolojilere kolayca adapte olabilen güçlü ve hızlı yapısıyla, ABD'deki bankaların yanı sıra ödemeye aracılık eden diğer kuruluşların EMV (Chip&PIN), temassız gibi teknolojilerine dönüşümünde aktif rol alacak.

Verisoft ABD'de bankalar, işyerleri ve kart sahibi müşterileri aynı platformda buluşturan ödeme sistemi uygulaması myGini'nin de iş ortağı olmuştu. Verisoft'un Rewardo sadakat kart uygulamasıyla çalışan platform, ABD kart piyasasında bir ilk olan fonksiyonuyla, ödeme ve sadakat programlarını aynı platformda buluşturuyor. Yıl içinde ABD'de aktif kullanılmaya başlanacak myGini, Verisoft Rewardo uygulaması sayesinde özellikle bankalar ile yerel işyerlerine, müşterileri için Türkiye'dekine benzer taksit, puan ve indirim gibi avantajlar içeren sadakat programları sunuyor.

VERISOFT CARDIX.NET

YENİ NESİL ÖDEME PLATFORMU
EMV NFC HCE BLE MOBILE QR

VERISOFT'UN 34 YILLIK YOLCULUĞUNDAKİ KİLOMETRE TAŞLARI

1984: Faaliyete başladı.
1985: Kartlı ödemeler, POS ve sadakat kartı uygulamaları odaklı ürünleriyle bankacılık-finans sektörüne çözüm üretmeye başladı.



1988: Türkiye'nin ilk AVM'si Galleria'daki Printemps'in ilk özel mağaza kartını geliştirdi.
1993: BKM'ye X25 standardını geliştiren ilk şirket oldu.
1993: POS işlem sürelerini kısaltan yazılımı Türkiye'de aktif olarak kullanılmaya başladı.
1995: Türkiye'nin ilk yerli PIN PAD cihazını üretti. 60 bin cihaz yurtiçi ve yurtdışına satıldı.

1997: Kart, POS ve ATM yönetim platformu Cardix pazara sunuldu.
1998: Türkiye'nin ilk HSM cihazı SM201 TSE ve İTÜ tarafından belgelendirilerek Türkiye ve yurtdışındaki bankalarda kullanıma alındı.

1999: Yurtdışına yazılım ihracatına başladı. Bosna Hersek'in Ulusal Kart Merkezi Bamcard'ın kurucu ortağı oldu, ülkenin kartlı ödeme sistemleri altyapısını geliştirdi.

2000: Türkiye'nin ilk yerli POS cihazı RapidPOS, Tübitak ve TTGV desteği alan ilk Ar-Ge projesi oldu.

2001: Üye işyeri, banka ve kart sahibi tabanlı sadakat programı yazılımını geliştirerek bir "kazan-kazan" ekosistemi oluşturdu.

2002: Türkiye'nin ilk yerli sahtekarlık izleme ve önleme sistemi FraudSTAR platformunu geliştirerek devreye aldı.

2003: Geliştirdiği kart basım ve kişiselleştirme yazılımı üzerinde Türkiye'de ilk Visa EMV kartlar basıldı.



2003: Datacard, CIM ve Matica kart basım sistemleri için toplu EMV kart basım yazılımını (PowerEMV) geliştirdi.

2004: Dubai'deki Mashreq Bank ve Abu Dhabi'deki NBAD bankaları başta olmak üzere Birleşik Arap Emirlikleri'nin (BAE) ilk EMV kartları basılmaya başladı.

2006: Türk Silahlı Kuvvetleri Akıllı Kart Merkezi'nde (AKMER), Datacard 9000 SCPM üzerinde MULTOS kartları ile üretime başladı. İçinde beş farklı uygulama bulunan MULTOS kartlarının içine konulan appletler (ALU) ve kartların yaşam döngüsü Verisoft PowerLIFE yazılımıyla çalıştırıldı.

2007: Kuwait BKME Bankası'nda devreye alınan anında kart basım (InstantEMV) uygulamasıyla, banka şubelerinde müşteriye 2 dakika içinde kart teslim dönemi başladı.



2010: İngiltere'deki Metro Bank'ta anında kart basım uygulaması başlatıldı. Ardından ABD Londra Büyükelçiliği dahil tüm şubelerde anında kart basım uygulamasına geçildi.

2013: Türkiye'de yeni nesil ödeme kaydedici cihaz (ÖKC) kanununun çıkmasıyla birlikte Beko, İnformatik, İnfortek ve Mikrosaray marka cihazlar üzerinde çalışan Verisoft ÖKC POS yazılımı birçok önde gelen bankada devreye alındı.

2014: BKM tarafından geliştirilen TechPOS sistemiyle bir cihazda bütün bankaları birleştirebilen POS yazılımını Türkiye'de ilk gerçekleştiren şirket oldu.

2016: Tübitak, Teydeb destekli Ar-Ge projesi BluePAY ile araçların akaryakıt istasyonlarında otomatik tanımlanması sağlanarak, araçtan inmeden ödeme yapılmasını sağlayan BLE IOT cihazlarını hardware ve software olarak tasarladı ve kullanıma alındı.

2016: NFC HCE dijital kartlarını Android telefonlara aktaran yeni çözümü SkyCard'ı geliştirdi.



2016: Gulf Bank Kuwait, Verisoft'un KYC-iSafe çözümüyle, dünyada müşteri kayıtlarını Apple iPad ile PIN e-imza tanıtarak gerçekleştiren ilk banka oldu.

2017: BKM Troy kartları için test laboratuvarı (Troy Test Lab) sağlandı.

2017: API'lerle çalışan Cardix Kart Ödeme Platformu'nun First Data üzerinde Visa ve Mastercard sertifikasyonları tamamlandı.



2017: Rewardo sadakat kart uygulamasıyla altyapısı oluşturulan myGini, ödeme ve sadakat programlarını aynı platformda buluşturdu.

2018: Slovak bankası CSOB, FlyPOS mPOS ürün entegrasyonu ile kapıda güvenli ve hızlı ödeme almaya başladı.

2018: Verisoft Android POS'un First Data sertifikasyonunu tamamladı.

2018: TSK AKMER çipli kimlik kartı sisteminin, Datacard MX6100 Adaptive Issuance platformuna terfisini gerçekleştirdi.

2018: Dubai'de A360 ve Noor Bank ile 400 Kiosk çapında bir self servis anında kart basım platformu devreye alındı. ☺





Yemek kartı şirketleri müşterilerinin “özel asistanı” oluyor

Türkiye’de on binlerce şirketin 4 milyon civarında çalışanına hizmet veren yemek kartları sektörü, rekabet ve dönüşüm sürecini birlikte yönetmeye çalışıyor. Yüksek komisyon şikayetleri, POS kullanımındaki değişiklik derken asıl dönüşüm hizmet çeşitliliğinde yaşanıyor. Yemek kartı şirketleri artık seyahatten kuru temizlemeye, akaryakıttan ofis malzemeleri tedarikine kadar geniş bir alanda müşterilerine ürün ve hizmet sağlıyor. Bir yandan da tüm bu hizmetler mobile taşıyor...

ESİN GEDİK

Türkiye’nin yemek kartlarıyla tanışması 25 yıl öncesine dayanıyor. Yemek kuponlarıyla başlayan hizmet, 1997 yılından itibaren kartlı sisteme taşındı. 2000’li yıllardan itibaren büyüme ivmesini hızlandıran sektörde bugün ciddi bir rekabet söz konusu.

Türkiye’de şu anda 4 milyona yakın kişinin yemek kartı kullandığı tahmin ediliyor. Son dönemde yüksek komisyon ücretleri ve uzun ödeme süreleriyle gündeme gelen sektördeki rekabetin daha da kızışması bekleniyor.

Yemek kartları, Türkiye’de milyonlarca kişi ve onlarca sektörle etkileşim içinde bulunan bir iş alanı. Şirketlerin önemli bir kısmı, çalışanların günlük yemek ihtiyacını bu kartları kullanarak karşılamayı tercih ediyor. Şirketleri

mutfak ve yemekhane kurmaktan kurtaran bu sistem, çalışanlar için de farklı seçenekler sunuyor.

İşin bir diğer bacağı ise yemek şirketlerinin iş ortağı olan restoranlar ve kafeler oluşturuyor. Yemek şirketleri ile esnaf arasında yaşanan komisyon tartışması bir yana sektör, büyük bir değişim ve dönüşümün içinde. Çünkü yemek şirketleri artık sadece kartla yemek hizmetiyle sınırlı kalmak istemiyor. Müşterileri için birçok asistanlık hizmeti de veriyorlar. Bir yandan da tüm bu hizmetlerini dijital ortama, mobil uygulamalara taşıyorlar.

Ödeme sistemleri sektörünün önemli oyuncularını arasında yer alan yemek kartı şirketlerini dergimize konuk ederek, sektörün geldiği noktayı, verilen hizmetleri, yaşanan değişim ve dönüşümü anlatmaya çalıştık...

Multinet Up, 9 şirketle hizmet veriyor

Türkiye’de 1999 yılında faaliyete başlayan Multinet Up’ın CEO’su Demirhan Şener, “Yarattığımız yenilikçi finansal teknolojilerle kurum ve kuruluşlara, onların çalışanlarına ve tüketicilere değer yaratan çözümler tasarlıyoruz. İş ortaklarımızın yemek giderlerinden akaryakıt teminine, araç kiralamasından hediye kartlarına, uçak biletinden kargoya tüm gereksinimleri için çözümler sunuyoruz” diyor.

Multinet Up, faaliyetlerini dört ana dalda sürdürüyor: Kurumsal şirketlerin çalışanlarına sağladığı yan hakların dijital ve fiziksel ortamda ödeme sistemleri altyapısıyla yönetimi; akıllı şehir çözümleri; ortak tedarik sistemleri; bireyler ve işletmeler için ön ödemeli hesap yönetimi, cüzdan ve kart hizmetleri, para transferleri ve fatura ödemeleri. Multinet Up, 2010 yılından bu yana Fransız Up Group’un bir parçası olarak faaliyet gösteriyor. Halen 3 kıtaya yayılmış 19 ülkede varlığını sürdüren Up Group, ön ödemeli çözümler ve ödeme sistemleri oyuncuları arasında dünya çapında üçüncü sırada yer alıyor. Kısacası Multinet Kurumsal Hizmetler, 19 ülkede faaliyet gösteren çokuluslu bir şirketin parçası haline gelerek global bir yapıya bürünmüş oldu.

Demirhan Şener ile yasal değişikliklerin sektöre etkisini ve Multinet Up’ın firmalara sunduğu hizmetleri konuştuk...

Multinet Up’ın bireysel ve kurumsal kullanıcı sayısı, sektördeki konumu hakkında bilgi verebilir misiniz?

21 bin kurumsal müşterimiz, 2 milyon kullanıcılarımız ve 40 bin restoran, kafe, market, büfe, mağazalar, akaryakıt istasyonları ve diğer perakende noktalarından oluşan geniş üye işyeri ağımla sektörün lider markasıyız.

Kısa süre öncesine kadar sadece çalışanların yemek ihtiyacını karşılamak için kullanılan kartlarla artık hem bireysel kullanıcılara hem de kurumsal müşterilere çok farklı hizmetler verilebiliyor. Sizce böyle bir dönüşüme neden ihtiyaç duyuldu?

Sektörümüzün faaliyet alanı, dünyayla paralel olarak çalışanların yemek ihtiyaçlarının karşılanmasının çok ötesine geçti. Dolayısıyla biz de kurumların her türlü ihtiyacına yanıt verecek çözümler geliştiriyoruz. Bu çözümleri de tüm kullanıcıların hayatını kolaylaştıran, zenginleştiren dijital deneyimler ve avantajlar olarak sunuyoruz.

Bu kapsamda verdiğiniz hizmetler neler? Ürün ve çözümlerinizin rakiplere göre ne gibi farkları var?

1999 yılında kurulduğumuzda sektöre çipli kartla giren ilk şirket olmuştuk. Türkiye’de ilk akıllı kartı, ilk temassız kartı ve ilk mobil cüzdanı sunan şirkettiz. Sektöre girdiğimizden bugüne kadar yaptığımız yatırımlarla alanımızdaki dijital öncülüğü hiçbir zaman elden bırakmadık, kendi-



Demirhan Şener

mizi yenileyip sektör standartlarını da sürekli geliştirdik. Örneğin, 1 milyon kullanıcısı olan mobil cüzdanımız MultiPay ile büyük fark yarattık. MultiPay üzerinden, karta ihtiyaç duymadan, QR (karekod) ile ödeme imkanı sağladık. Sektörümüzde dijitalleşme çalışmalarını 3 yıl önce biz başlattık. Kendi teknolojisini üreten, finansal teknoloji ihraç eden bir firmayız.

Multinet Up olarak kurumların her türlü ihtiyacına yanıt verebilen, 360 derece çözümler geliştiriyoruz. Bu kapsamda bünyemizde dokuz grup şirketi var. Multicar ve Multinet Filo ile kurumsal araç, filo kiralama ve akaryakıt hizmetleri; sektörün ilk sadakat programı TATLİPARA ile restoran ve müşterileri kapsayan çift taraflı kazanç sistemi; OtoMiyon ile de araç yıkama, lastik ve bakım hizmetlerini şirketler için kolaylaştıran çözümler sunuyoruz. SCS şirketimizle ise kent teknolojileri konusunda çalışmalar yürütüyor, çözüm ve hizmetlerimizle “akıllı şehirler” kuruyoruz. Finansal teknoloji çözümlerimize gelince...

Multinet Up grup şirketlerinden ininal’ın sunduğu ön ödemeli kartlar, içine yüklenen bakiye kadar internette, mağazalarda, yurtiçinde ve yurtdışında, başka bir deyişle kredi kartı/banka kartının geçtiği her yerde güvenli ve kontrollü bir biçimde harcama imkanı sağlıyor.

FinTech alanında sunduğumuz katma değerli hizmetlerden bir diğeri olan iPara, sanal POS altyapısı ve dijital cüzdan hizmetleriyle 2012 yılında faaliyete başlayan Türkiye’nin ilk online ödeme sistemi oldu. ▶



Yakın dönemde Gürsoy Grup ile birlikte hayata geçirdiğimiz YES Club kartla ise müşterilerimize eğlence ve fırsatlarla dolu yepyeni bir dünyanın kapılarını aralayıp, Türkiye'nin eğlence ekosistemine faydalı bir ürün sunduk. Multinet Up olarak sunduğumuz marka işbirlikleri, kampanyalar ve hayatın her alanında geliştirdiğimiz yeni nesil çözümlerle kullanıcılara ve sektöre fayda sağlayan, tüm paydaşlarımız için avantajlı bir marka konumundayız. Bu noktada "inventiv" şirketimizden de bahsetmek isterim. Tüm iş süreçlerimizi teknoloji ve inovasyonla birleştirmek amacıyla kurduğumuz inventiv, 2016 yılında GOSB Teknopark'ta çalışmalarına başladı. inventiv, müşteri ihtiyaçlarına özel kartlı ve kartsız ödeme çözümleri, mobil cüzdan ve mobil ödeme, sanal POS çözümleri, sadakat uygulamaları alanlarında hizmet sunuyor. Örneğin inventiv ile geliştirdiğimiz "Pay by Up" ile kullanıcılarımız, yemek kartına ihtiyaç duymadan ödemelerini karekod ile akıllı telefonlar üzerinden yaparak işlem ve bakiyelerini anında görüntüleyebiliyor. İhraç ettiğimiz bu ürün şu anda Çekya, Slovakya, Fransa, Meksika ve Fas'ta

da kullanılıyor.

Sektöründe en büyük üye işyeri ağına sahip şirket olarak finansal teknolojiler alanında açtığımız yeni sayfayla birlikte, hayatın her alanına dokunabildiğimiz ve müşterilerimize faydalar sağlayabileceğimiz yenilikçi ürün ve hizmetler sunmaya devam edeceğiz. Bizle çalışan tüm şirketlerin ana iş kollarına odaklanmasını sağlamak ana hedefimiz. Müşterilerimizin tüm operasyonel süreçlerini karşılayan çözüm ortağı olarak sektörümüzde farklılık yaratmayı sürdüreceğiz.

"YASAL DÜZENLEMELER TÜKETİCİNİN LEHİNE OLACAK"

Yemek kartı şirketleri ile esnaf arasında bitmeyen bir komisyon tartışması var. Bu konuda yapılan düzenlemeyle ilgili düşünceleriniz nedir?

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ile Türkiye genelinde yemek kartı hizmeti veren şirketler, ilgili kamu kurumları, üye işyerlerini temsilen meslek kuruluşları ve sivil toplum örgütleriyle ayrı ayrı toplantılar yapıldı. Bu konudaki sorunları paydaşlarımızla istişare ederek, hep birlikte çözüm önerileri üretmeye çalıştık. Söz konusu toplantılar ve araştırmalar sonucunda sektörün belli başlı sorunları belirlenerek yeni yönetmelik belirlendi. Bu kapsamda komisyon oranlarının azaltılması ve yemek kartı hizmeti veren firmalardan alınan indirimlerin devre dışı kalmasının bizlere olumsuz bir yansıması olacağını düşünmüyorum. Yemek kartı kullanımının firmalara sağladığı pek çok avantaj var ve bundan sonraki süreçte de müşterilerimize bu avantajları sağlamaya devam edeceğiz.

Multinet Up olarak müşterilerimize sunduğumuz yüzde 100 vergi avantajı hiçbir değişiklik olmadan devam ediyor. Yemek kartı üzerinden çalışanlara sağlanan yemek ödeneği için şirketler tüm vergi kalemlerinden muaf olarak yıllık kişi başı en az 4 bin TL tasarruf sağlayabiliyor. Bu da yemek giderlerinde yüzde 50'ye yakın avantaj anlamına geliyor. Buna ek olarak müşterilerimize ve üye işyerlerimize operasyonel kolaylıklar sağlıyoruz. Bu çerçevede müşterilerimize tam entegrasyonla kendi ERP (kurumsal kaynak yönetimi) sistemleri üzerinden kişi başlı bakiye yönetim ve kontrol imkanı tanıyoruz. Multinet Up müşterilerinin yüzde 70'inin aktif olarak kullandığı kurumsal interaktif servisler üzerinden çalışanların bakiyeleri yönetilebiliyor, otomatik yükleme tanımlanabiliyor, kayıp veya çalıntı halinde ise anında müdahale edilerek olası bakiye kaybı önleniyor.



"YASAYA GÖRE SÖZLEŞMELERİN YENİLENMESİ GEREKİYOR"

Demirhan Şener, yeni yönetmeliğe göre yapılan komisyon düzenlemelerinin sadece yemek kartlarını kapsadığını hatırlatıyor. Yani Multinet Gift ve şirketin sunduğu diğer çözümleri kapsamıyor. Şener, "Dolayısıyla sadece Restonet ürünümüzle ilgili değişiklikleri hayata geçireceğiz.

Yönetmeliğe göre, mevcut sözleşmelerin 6 ay içerisinde güncellenmesi gerekiyor. Biz de bu konuda adımları atmaya başladık. Komisyon oranlarımızı güncelleyip bakanlığın belirttiği şekliyle çalışmalarımızı sürdüreceğiz" diyor. Peki yemek kartları restoran ve kafeler dışında diğer alışverişler

için kullanılabilir mi? Şener'in bu soruya yanıtı şöyle: "Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından yemek kartlarının marketlerde kullanılmamasına yönelik yeni bir düzenleme yapılmadı. Dolayısıyla kart sahipleri marketlerde de kartlarını kullanmaya devam edebilir."

Sodexo, yeni dönemde firmalara ve çalışanlara avantaj sağlayacak

Sektörün köklü oyuncularından Fransız kökenli Sodexo, halen 80 ülkedeki 427 bin çalışanıyla günde 100 milyon tüketiciye hizmet veriyor. 52 yıl önce kurulan şirket, Türkiye'deki faaliyetine 1993 yılında "Restaurant Pass" yemek çekleri sunarak başladı. 2003'te yine "Restaurant Pass" markasıyla yemek kartlarını piyasaya çıkaran Sodexo, 2010 yılında ise firma çalışanlarının ödüllendirilmesini amaçlayan "Gift Pass" hediye çeklerini ürün yelpazesine ekledi.

2013 yılına gelindiğinde Sodexo Türkiye, harcama yönetimi alanında da hizmetler sunmaya başladı. Firma ve çalışan ihtiyaçlarına uygun olarak geliştirilen iki yeni ürünle hizmet ağı genişletildi: Temsil ve ağırlama giderlerinin yönetilmesi için tasarlanan Business Pass ile şirket araçları için akaryakıt harcamalarının kontrolü ve takibi için geliştirilen Fuel Pass... İşte Sodexo Türkiye yönetiminin sorularımıza verdiği yanıtlar...

Güncel bireysel ve kurumsal kullanıcı sayınızı öğrenebilir miyiz? Türkiye'de sektörün ulaştığı seviyeyi nasıl değerlendiriyorsunuz?

Sodexo Türkiye, 20 binden fazla müşterisi, 45 binden fazla üye işyeri ve 1 milyondan fazla kullanıcısıyla sektör lideri konumunda. GfK araştırmasına göre, yüzde 77 marka bilinirliğiyle ilk sırada yer alıyoruz. Ürün ve hizmetlerimizin yanı sıra sunduğumuz ek değerlerle bireylerin ve kurumların yaşam kalitesini artırarak bağlılıklarını güçlendiriyor, hem KOBİ hem de büyük ölçekteki firmaların performansına katkı sağlıyoruz.

Kısa süre öncesine kadar sadece çalışanların yemek ihtiyacını karşılamak için kullanılan kartlarla artık hem bireysel kullanıcılara hem de kurumsal müşterilere çok farklı hizmetler verilebiliyor. Böylesi bir dönüşüme neden ihti-

yaç duyuldu? Dünyada da böyle bir trend söz konusu mu? Dijitalleşme, mobilite, kullanıcı deneyimi, nesnelerin interneti, sağlıklı yaşam gibi son yıllarda etkilerini daha çok hissettiğimiz ezber bozan trendler, hem çalışanların hem de firmaların kullanım alışkanlıklarını, ihtiyaçlarını ve beklentilerini değiştirmeye başladı. Sektörde de yemek çeklerinden karta geçiş, mobil uygulamalar, online altyapı, self-servis hizmet veren extranet'ler, firmalara hızlı ve kolay ulaşım ve müşteri olabilme, sunulan kampanyalar ve ek değerler her geçen gün daha fazla önem kazanmaya başladı. Kolaylık, verimlilik, zaman yönetimi ve çalışan memnuniyeti firmaların öncelik verdiği konular haline geldi. Sodexo Türkiye, tüm bu trendler ışığında çalışanların ve firmaların yaşam kalitelerini artırmayı hedefliyor; ihtiyaçlara uygun hizmetleri geliştirmeye ve ek değerler yaratmaya devam ediyor.

ÇALIŞANLARA YÜZDE 10 PUAN KAZANDIRIYOR

Bu kapsamda sizin verdiğiniz hizmetler neler? Ürün ve çözümlerinizin rakip şirketlerden farkı var mı?

Sodexo Avantaj ve Ödüllendirme Hizmetleri Türkiye, geliştirdiği hizmetlerle firmalara operasyon ve muhasebe açısından kolaylık ve verimlilik sunuyor. Çalışan yan hakları alanında "Restaurant Pass" yemek kartı ve çeki, teşvik ve ödüllendirme alanında "Gift Pass" hediye çeki, harcama yönetimi alanında "Business Pass" yemek temsil ağırlama hizmeti ve "Fuel Pass" akaryakıt harcama yönetimi hizmetleriyle birçok alanda avantaj sağlıyor.

Çalışanları için Restaurant Pass yemek kartı ve çeklerini tercih eden firmalar, yüzde 90'a varan vergi avantajından





YAŞAM KALİTESİ HİZMETLERİ

faydalıyor, tek faturayla iş yükünü azaltıyor, operasyonlarında kolaylık sağlıyor.

Söz konusu firmaların çalışanları ise 81 ilde yer alan 45 binden fazla üye işyerinde dilediği yemeği yiyor ve Sodexo Club'ın avantajlı kampanyalarıyla yüzde 65'e varan indirimlerle alışveriş keyfi yaşıyor. Üstelik her geçen gün geliştirilen yeni hizmetler ve projelerle Sodexo deneyimini doyusya yaşıyorlar. Örneğin, yeni lanse ettiğimiz ödül programı "Misket" ile Sodexo'lu çalışanlar harcamalarının yüzde 10'unu puan olarak geri kazanıyor. Ardından bu puanları kullanarak Misket üyesi tüm restoranlarda yemek yiyebiliyorlar. Yenilenen web sitesi ve daha kullanışlı hale gelen Sodexo Mobil uygulaması; müşterilerine online sipariş imkanı sağlayan ve sektörde en geniş fonksiyonlara sahip olan güvenli Sodexo Online İşlem Merkezi; kart yüklemelerinin anlık olarak sisteme yansımaları sağlayan gerçek zamanlı altyapı; tek tıkla 5 dakika içerisinde Sodexo müşterisi olmayı sağlayan Sodexo Online Sözleşme Platformu; konusunda uzman kişiler tarafından sağlanan özgün içeriklerin paylaşıldığı "İyi Yaşa" platformu ve daha fazlasıyla Sodexo, akla gelen ilk marka olarak sektördeki yerini her geçen gün daha da güçlendiriyor. Sodexo, çağrı merkezine gelen çağrılara ortalama 7 saniyede cevap verip 2 dakika içerisinde çözmeyi, e-maillere ise en fazla 3.5 saat içerisinde geri dönüş yapmayı taahhüt ediyor.

DİJİTALLEŞME, ÇİFT HANELİ BÜYÜME SAĞLIYOR

Müşterilerinize katma değerli ürünler sunmanız bilançonuzu nasıl etkiliyor? Şu anda gelirinizin ne kadarını bu tür ek hizmetlerden sağlıyorsunuz?

Son yıllarda pazara sunduğumuz yeni hizmetlerimiz ve ek değerlerimizin, yaptığımız dijitalleşme projelerinin ve iş ortaklıklarının her yıl elde ettiğimiz çift haneli büyüme-lerde büyük etkisi olduğunu biliyoruz.

Türkiye'de yemek kartı şirketleri ile esnaf arasında bitmeyen bir komisyon tartışması var. Bu alandaki son düzenlemeyle ilgili düşünceleriniz nedir?

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, yemek kartı sektörünün tüm paydaşlarını dahil ederek yürüttüğü çalışmalar sonucunda kapsamlı bir yönetmelik çıkardı. 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkındaki Kanun kapsamında hazırlanan "Perakende Ticarete Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmelikte Yapılan Değişiklik" Resmi Gazete'nin 22 Mayıs tarihli nüshasında yayınlanarak yürürlüğe girdi. Yönetmeliğin gerektirdiği uyum çalışmalarını başlatan Sodexo Avantaj ve Ödüllendirme Hizmetleri Türkiye, söz konusu düzenlemeyle pazarda yeni rekabet şartları oluşacağı, hizmet kalite ve standartlarının artacağı ve yenilikçi çözümlerle pazardaki üye işyerleri, işverenler ve özellikle tüketiciler için farklı katma değerler sağlanacağı vizyonuyla hareket ediyor.



Yeni düzenleme yemek kartı dışındaki hizmet ve ürünlerinizi nasıl etkiledi? Yasaya uyum anlamında hangi alanlarda değişiklik, düzenleme yapmanız gerektiği?

Restaurant Pass yemek kartının yanı sıra şirket araçlarının akaryakıt harcamalarının yönetilebilmesi için sunulan Fuel Pass akaryakıt harcama yönetimi hizmeti, çalışanlarını ödüllendirmek ve vergi avantajı için firmalar tarafından tercih edilen Gift Pass hediye çekleri ile temsil ve ağırlama gider yönetimi için Business Pass kart hizmetleri artan bir öneme sahip olacak.

Müşterileri ve üye işyerleriyle kurduğu sürdürülebilir ticari ilişki kapsamında, onlara değer yaratma hedefiyle hareket eden Sodexo Avantaj ve Ödüllendirme Hizmetleri Türkiye, önümüzdeki dönemde de tüm paydaşlarının Sodexo ile yaşadığı deneyime odaklanıp hizmet seviyesinde fark yaratmayı, dijitalleşmeyi ve yenilikçi çözümlerle büyürken sektöre de katkı sağlamayı hedefliyor.

"POS DEĞİŞİMİ ŞİRKETLERE EK MALİYET GETİRDİ"

Bilindiği gibi, yeni nesil ÖKC uygulamasıyla birlikte yemek kartı şirketlerinin kullandığı POS cihazlarının da değişmesi gündeme geldi. Ancak daha sonra bu uygulamadan vazgeçildi. Sodexo yöneticileri, bu gelişmeyi şöyle değerlendiriyor:

"Sodexo, yeni nesil ÖKC cihazlarıyla entegrasyon çalışmalarına ilk başlayan firmalardan biri oldu. Çözüm

ortağımız olan ÖKC firmalarıyla entegrasyonu büyük ölçüde tamamladık. 2017 sonu itibarıyla yapılan değişikliklerle yemek kartı firmalarına, kendi POS cihazlarını, yeni nesil ÖKC ile bağlantılı ve entegre olmadan kullanma hakkı verildi. Bu düzenlemeyle üye işyerleri, yemek kartı firmalarıyla çalışma süreçlerinde ister yemek kartı firmalarına ait POS'ları isterse

yeni nesil ÖKC'leri kullanabiliyor. Uygulama, üye işyerlerine çalışma modellerine karar verme konusunda önemli bir esneklik getirirken yemek kartı şirketlerine birtakım ek maliyetler yükledi. Sodexo, bu alanda önümüzdeki dönemde kullanıcı ve üye deneyimini üst noktaya taşıyacak inovatif çözümler geliştirmek için tüm paydaşlarıyla çalışmaya devam edecek.

Setcard, 30 bin üye işyerine asistan hizmeti de veriyor

Sektörde 17 yıldır hizmet veren Setcard, 2002 yılında personel yemek sistemleri konusunda ulusal bir ağ oluşturdu. 2005 yılında akıllı kart sistemine geçen şirket, ilerleyen yıllarda kart sayısını ciddi oranda artırarak pazarın büyük oyuncularından biri haline geldi. Setcard Türkiye Satış Müdürü Burcu Kartal, “Çalışma hayatının ihtiyaçları doğrultusunda ürünler geliştiriyor, firmalar ve çalışanlarının yaşam kalitesini artıracak çözümler sunarak büyümeye devam ediyoruz” diyor.

Setcard’ın şu anda 30 bin üye işyeri ve 400 bine yakın aktif kart kullanıcısı bulunuyor. Kartal da diğer yöneticiler gibi sektörün büyük bir değişim ve dönüşüm içinde olduğunu düşünüyor. Yemek kartı hizmeti sağlayan firmaların müşterilerine sunduğu avantaj ve yenilikçi çözümleriyle farklılaşmasına dikkat çeken Kartal, özellikle dijitalleşme ve müşteri memnuniyetini artırma yönündeki yatırımların önemini vurguluyor. Setcard’ın da bu noktada faaliyet ve hizmet yelpazesini genişlettiğini ifade eden Kartal, şu bilgileri veriyor:



“Kartlarımız temassız işlem yapma özelliğine sahip. Online sistemde çalışıyoruz. Mobil uygulamamız var. Setcard hediye, Setcard akaryakıt, Setcard konaklama, Setcard tedarik, Setcard kampüs kartlarımızın yanı sıra mobil ödeme ve daha birçok değer yaratan çözümümüz kullanım kolaylığıyla fark yaratıyor. Kendimize ait POS ağı, akıllı kart yazılımları ve teknolojik yatırımlarıyla güçlü bir altya-



pya sahibiz. Bu alanlardaki yetkinliğimizi, hizmetlerimizdeki fayda ve değer verimliliğinin artışı için kullanıyoruz.”


“Yönetmelikle herkes için ortak nokta bulundu”

Burcu Kartal’a sektöre yönelik yasal düzenlemeler hakkındaki görüşlerini de soruyoruz. Yönetmelik değişikliği öncesinde İTO, ATO ve ilgili bakanlıklarla konu hakkında görüş alışverişinde bulduklarını söyleyen Kartal, “Bu süreçte düzenlenen çalıştayda Setcard olarak yer aldık ve sektör raporlarıyla destek olmaya çalıştık. Sonuçta 22 Mayıs 2018 tarihinde yürürlüğe giren yönetmelikle ortak nokta bulundu, firmalar ve esnafın talepleri yerine getirildi” diyor.

Kartal’ın ÖKC düzenlemesiyle ilgili değerlendirmesi de şu şekilde: “Üye işyerlerinin maliyetini azaltacak tüm uygulamaları destekliyoruz. Bu kapsamda yine üye işyerlerinin taleplerine bağlı olarak, hem yeni nesil ÖKC’lere uygulama yüklüyor hem de Gelir İdaresi Başkanlığı’ndan (GİB) izinli olan POS’larımızla üyelerimize hizmet vermeye devam ediyoruz.”

Tepe Servis Card için hızlı büyüme dönemi şimdi başlıyor

Bilkent Holding bünyesindeki grup şirketlerinin ve iştiraklerinin çalışanlarına yemek kartı hizmeti vermek amacıyla kurulan Tepe Servis Card, 2017 yılından bu yana ayrı bir şirket olarak yoluna devam ediyor. Yüzde yüz yerli bir şirket olan Tepe Servis Card, hizmetlerini Türkiye geneline yaymış durumda.

Tepe Servis Card Akıllı Kart Hizmetleri Direktörü Ferhat Çimen ile şirketin ürün ve hizmetlerinin yanı sıra sektörün durumunu konuştuk... 



Tepe Servis Card

Şu anda bireysel ve kurumsal kullanıcı sayınız nedir? Türkiye'de sektörün ulaştığı seviyeyi değerlendirebilir misiniz?

Yüzde 95'i grup şirketleri olmak üzere 20 binden fazla kullanıcıya hizmet veriyoruz. Bakanlık tarafından başlatılan ve yaklaşık 1 yıldır çalıştaylarla devam eden regülasyon çalışmalarının sonucunu görmek ve pozisyonumuzu buna göre konumlandırmak için 2017 ve 2018 yılları için yoğun bir satış stratejisi planlamadık. 2019'dan itibaren kullanıcı sayımızın rakiplerimizle aynı seviyeye ulaşacağını öngörüyoruz. Çünkü bizi rakiplerimizden ayıran çok önemli bir fark var. Bir vakıf şirketiyiz ve gelirimizin büyük bölümünü başarılı öğrencilere burs olarak aktarıyoruz.

Yemek kartlarıyla artık hem bireysel kullanıcılara hem de kurumsal müşterilere çok farklı hizmetler verilebiliyor. Sizce böyle bir dönüşüme neden ihtiyaç duyuldu?

Sektördeki tüm oyuncular yemek kartlarını, hizmet alan şirketler ve çalışanları için sadakat unsuru haline getirme amacıyla. Yemek kartları, kullanıcılar tarafından her gün, hatta günde birkaç kez aktif olarak kullanılıyor. Kullanıcıların yemek kartlarının yaratacağı farklı ayrıcalıklardan da faydalanmak istemesi gayet doğal.

Bu kapsamda sizin verdiğiniz hizmetler neler? Ürün ve çözümlerinizin rakip şirketlerden farkı var mı?

Bizi diğer şirketlerden ayıran en temel özellik, başta da belirttiğim üzere hem vakıf şirketi olmamız hem de kartımızın çalışanlarımız tarafından kullanılması. Ek faydalar

üzerinde çalışırken, çalışanlarımızın ihtiyaçlarını göz önünde bulunduruyoruz. Örneğin Tepe Servis Card, aynı zamanda Tepe çalışanı olduğunuzun bir ispatı. Kart, anlaşmalı akaryakıt istasyonlarında okutulduğunda avantajlar sağlanabiliyor. Kart sahipleri kırtasiye, kuru temizleme gibi farklı alanlardaki ihtiyaçlarını karşılamak istediğinde de avantajlı hizmet ve ürünlere kolayca ulaşın istiyoruz.

Müşterilerinize katma değerli ürünler sunmanız bilançonuzu nasıl etkiliyor? Şu anda gelirinizin ne kadarını bu tür ek hizmetlerden sağlıyorsunuz?

Ek hizmetlerimiz/avantajlar ve işbirliklerimiz şu an için başlangıç aşamasında. Ancak bizim bu konuya bakış açımız ve önceliğimiz gelir elde etmek değil. İşbirliği yaptığımız firmalardan elde ettiğimiz avantajların tamamını çalışanlara yansıtıyoruz. Böylece çalışanlarımız Tepe bünyesinde çalışıyor olmanın ayrıcalığını yaşayabiliyor.

“ÖKC UYGULAMASINDAN VAZGEÇİLMESİNİ DOĞRU BULMUYORUM”

Yemek kartları restoran ve kafeler dışında, alışverişler için de kullanılabilir mi?

Aslında burada sormak istediğiniz market alışverişleri sanırım. Marketlerden KDV oranına uygun olmayan kozmetik, temizlik gibi ürünlerin satışı yönetmelikten önce yasaktı, bugün de yasak. Bu aslında konunun en net belirlenmiş kısmı. Esnaf temsilcileri şikâyet ettikleri bu konuda haklı. Ancak bizim, kullanıcının yemek kartıyla gıda harici ürünler alıp almadığını tespit etmemiz imkânsız. Burada görev GİB'e düşüyor. Bu tür yanlış uygulamaların tespiti için denetimlerin sıklaştırılması gerekiyor.

Bildiğiniz gibi yeni nesil ÖKC kullanımıyla birlikte yemek kartı şirketlerinin kullandığı POS cihazlarının da değişmesi gündeme geldi. Ancak daha sonra bu uygulamadan vazgeçildi. Bu değişiklik sektörü nasıl etkiledi?

ÖKC zorunluluğundan vazgeçilmesini doğru bulmuyorum. ÖKC kullanımı hem esnaf için hem bizler için kullanışlı ve ekonomik. Çünkü tek bir ÖKC üzerinde birden fazla yemek kartını yönetebilmek, kasaların üzerinde yaşanan POS cihazı kalabalığını büyük oranda azalttı. ☹

TEPE SERVİS CARD, OTOMAT İŞLETMECİLİĞİNE DE BAŞLADI

Şirketler yemek kartlarının yanı sıra farklı hizmetler de sunarak müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmaya çalışıyor. Tepe Servis Card da yeni ürünler ve iş kolları üzerinde çalışıyor. Ferhat Çimen, kısa bir süre önce vending (otomat)

işletmeciliğine başladıklarını açıklıyor. Otomat işletmeciliği gibi çok önemli bir alanda kurumsal firma sayısının azlığına dikkat çeken Çimen, “Bizim gibi hizmet alan şirketler ve kullanıcıları herhangi bir sıkıntı yaşandığında

muhatap bulmakta zorlanıyordu. Biz de kullanıcıların hem yemek kartlarını özgürce kullanabilmesi hem de sektörün kurumsallaşmasını sağlamak amacıyla yeni bir iş kolu olarak otomat işletmeciliği yapmaya başladık” diyor.

Borsa = Gündem

Kazanmak için

önce siz öğrenin

- ✓ Hisse senetlerindeki hareketlerin perde arkası
- ✓ Uluslararası piyasalardaki son gelişmeler
- ✓ Altın, döviz, faiz için yatırım stratejileri

Borsada
flaş gelişmeler,
son dakika
haberleri

Raporlar, analizler,
uzmanlardan
öneriler

Hepsi ve daha fazlası için

[http:// www.borsagundem.com](http://www.borsagundem.com)



papara'dan maliyetsiz, komisyonuz yemek kartı!



Papara Business Card, kurumlara, çalışanlarının tüm harcamalarını, giderlerini tek bir panelden yönetme imkanı sunuyor. Tüm POS ve ATM'lerde kullanılabilen kartlar, klasik yemek kartlarına da “elveda” dedirtme iddiasında...

Bilindiği gibi kurumlar, personel harcamalarını yönetmek için genelde ya çalışanlarına kuruma ait kredi kartı veya avans veriyor ya da personelin kendi cebinden yaptığı harcamayı sonradan ona ödeyerek muhasebeleştiriyor. İşte elektronik para kuruluşu Papara, yönetimi ve kontrolü oldukça zor olan bu yöntemi ortadan kaldırmayı vaat eden bir çözüm geliştirdi. Papara Business Card, tek bir ürünle kurumlar çalışanlarının tüm masraflarını, giderlerini tek bir panelden yönetirken yemek kartlarına da “elveda” dedirtme iddiasında.

Papara'da kurumsal hesap açan şirketler, Papara Business Card dağıttığı çalışanlarının hangi kategoride ne kadar harcama yapabileceğini kendi panelleri üzerinden yönetebilecek. Tüm POS ve ATM'lerde kullanılabilen bu ürünle

kurumlar, çalışanlarının nerelerde harcama yapabileceğini kendi belirliyor.

Örneğin bir lojistik şirketi, satış departmanı personelinin yemek kategorisinde aylık 300, ulaşımda 200, konaklamada 750 TL harcama yapabileceğini; pazarlama departmanı personelininse sadece 500 TL yakıt harcaması yapabileceğini belirleyebiliyor.

Dahası şirketler, kart kullanıcı bazında kartların kullanılabilceği mağazaları bile seçebiliyor. Örneğin, belirli bir kafede günlük 20 TL gibi, yine kullanıcı bazında aylık, haftalık, günlük ve hatta saatlik limit belirleyebiliyorlar.

Tüm personel harcamaları tek panelde

Papara Yönetim Kurulu Başkanı Ahmed F. Karşlı, “Papara Business Card” projesinin çıkış noktasını ve amaçlarını

şöyle anlatıyor: “Papara, ağırlıklı olarak bireysel kullanıcılar ve özellikle ‘unbanked/underbanked’ yani hiçbir şekilde finansal ürünlerle tanışmamış ya da bu ürünleri kullanmak istemeyen kullanıcılar için çözümler geliştiriyor. Yaşattığımız kullanıcı deneyimi ve sağladığımız faydayla kısa süre içerisinde kullanıcı sayımızı 1.2 milyonun üzerine taşıdık ve hızla büyümeye devam ediyoruz. 20 aylık serüvenimizde gördük ki Papara yalnızca gençlere ve banka hesabı olmayanlara ait bir ürün olmamalı. Nitekim Papara Card kullanmaya başlayan ve banka hesabı da bulunan kullanıcılarımız ayda ortalama 11 alışveriş işlemini Papara Card ile yapıyor. Pazardan gelen talep ve kullanıcılarımızın davranışlarından yola çıkarak Papara Business Card’ı çıkardık. Bugün bu ürün sayesinde kurumlar tüm personellerinin harcamalarını tek bir panelden yönetebiliyor, sınırlandırabiliyor ve takip edip muhasebeleştiriyor.”

Karşılı, bu noktada bir lojistik şirketten yola çıkarak şu örneği veriyor: “Papara hesabı bulunan bu lojistik şirketinin yaklaşık 2 bin 500 tır şoförü var. Şoförlerine bugüne kadar yurt dışındaki akaryakıt harcamaları ve yemek harcamaları için hep nakit para vermişler. Bu da hem kur farkları hem faydalanılmayan mevduat getirisi hem de güven açısından ciddi bir sorun. Şimdi ise Papara hesaplarına bağlı çalışan kartlarıyla hangi şoförün hangi ülkede nereden yakıt alabileceğini, ne kadar yemek harcaması yapabileceğini kendi yönetim panelleri üzerinden serbestçe belirleyebiliyorlar. Acil nakde ihtiyacı olan şoförlerinin kartına herhangi bir ATM’den çekmek üzere 7/24 anında para yükleyebiliyorlar.”

Kredi riskine girmeden, kurum bakiyesi altında ödeme kolaylığı

Papara Business Card üstünde çalışan bir limit yok. Limit tamamen kurum tarafından ana hesaptan belirleniyor ve yönlendiriliyor. Tüm limitler kişi veya departman bazlı ve istenilen zaman dilimleri için belirlenebiliyor. Kontrol panelinden bir tıkla kartlar dondurulabiliyor, nakit çekime, online harcamalara açılıp kapatulabiliyor. Papara CEO’su



İlker Diker “Bunun ilk olmasının birkaç gerekçesi var” diyor ve şöyle ekliyor:

“İlki, bankaların bu tarz ürünleri var ama bu ölçüde parametrik ve esnek değil. Bir diğer gerekçe de bu sistemde kullanılan bir banka altyapısı yok, tamamen kendi geliştirdiğimiz elektronik para altyapımızı kullanıyoruz. Yurtdışında benzer iş modelleri yapan elektronik para kuruluşları var ama bu kadar esnek şekilde saatlik/işyeri bazlı sınırlamalar yapabilecek ikinci bir şirket yok şu anda. Klasik, konvansiyonel bankacılık ürünlerinden farklılaşmış bir ürün, bu da bizi çok gururlandırıyor. Bankaların çıkardığı ürünler kârlılık beklentisi nedeniyle hep kredili ürünler üzerine yoğunlaşıyor. Bizim amacımız kredi bazlı ürünlerden kurumları uzaklaştırabilmek. Dolayısıyla kurumlar hiç kredi riskine girmeden, hatta çalışanlarının da kredi risklerine girmeden tamamen kendi bakiyeleriyle bir ana hesap altından yönetebiliyorlar Papara Business Card’ı. Hiçbir kartın üstünde limit ve bakiye yok, sadece harcama hakkı var. Yani kurumunuzca sizin kartınıza 500 TL tanımlandığı zaman siz 500 TL’lik harcama yapabiliyorsunuz.”

Diker, “Sunduğumuz ürün o kadar esnek ki aslında bugün anlattığımız ve hedeflediklerimizin yanı sıra hiç hedefimizde olmayan bir sektörün ihtiyacını da çözümlenebilecek nitelikte. Şimdiden yemek kartlarına veda edebiliriz. Kuruma hiçbir maliyeti olmayan ve restoran/lokantadan hiçbir komisyon alınmayan bir yemek kartını kim istemez ki” diyor. ☺

BORDO-MAVİ İLE PAPARA #YANYANA

13 yaş ve üstü tüm Bordo-Mavili taraftarlara her platformda alışveriş imkanı sunan “Trabzonspor Papara” kartlar, sezon açılışıyla birlikte TS Club’lardan, ardından da Papara’nın anlaşmalı olduğu satış noktaları ve internet mağazalarından temin edilebilecek. Trabzonspor’un pazarlamadan sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Serdar Ekrem Şirin, “Trabzonspor Papara kartları, kredi kartından farklı olarak ön ödemeli bir kart. Taraftarlarımız bu kartlarla kredi kullanmadan, yüklenen ya da gönderilen parayı kullanabilecek. Böylece ekstre, son ödeme tarihi gibi streslere girmeyecek, yaptıkları her harcamada Trabzonspor’a katkıda bulunmanın hazzını yaşayacaklar.



Biz de bunun karşılığında taraftarlarımıza kazandıracacağız. İlerleyen zamanlarda TS Club’larda yeni indirim ve kampanyalardan kombine, forma ve maç biletine kadar pek çok alanda Papara kart sahibi taraftarlarımıza birçok ayrıcalık tanımlayacağız” diyor. Trabzonspor Papara kart sahipleri, hem internet alışverişlerinin ödemelerini hem de tüm dünyada



fiziksel POS’larda ödemelerini yapabilecekleri gibi kartlarıyla tüm bankaların yurtiçi ve yurtdışı ATM’lerinden de para çekebilecek. Kartlarını Papara dijital cüzdanına tanımlayanlar 7/24 ücretsiz para transferinden de faydalanabilecek.



FinTech'ler için nasıl geçti?

2018 yılının ikinci çeyreği FinTech girişimleri için oldukça parlak bir dönem oldu. CB Insights'in raporuna göre 2018 yılında FinTech girişimleri, 20 milyar dolarla rekor yatırım aldı. Tabii buradaki yatırımın yaklaşık yüzde 70'i Çin'in en büyük online ödeme platformunun operatörü Ant Financial'a ait. Ancak bu kısmı hariç bile tutsak bir önceki çeyreğe göre büyük bir artış var. Aynı rapora göre 2018 yılının ilk 6 ayında FinTech girişimlerinde halka arz ve çıkışların (exit) sayısı ise 46'ya ulaştı.

Türkiye açısından ikinci çeyrek dünya geneli kadar parlak geçmedi maalesef. Startups.watch verilerine göre ülkemizde 2018'in ikinci çeyreğinde 16 girişim toplamda 8.5 milyon dolar yatırım toplayabildi. Bu yatırımların da sadece 1.2 milyon doları FinTech'lere gitti. Startups.watch'ın yıl sonu toplam yatırım



Özge Çelik
Bankalararası Kart Merkezi
İş Geliştirme Direktörü

beklentisi ise 70 milyon dolar civarında. Gerek ekonomik dalgalanmalar gerek fon sayılarındaki değişiklikler rakamın biraz düşük olmasında etken diyebiliriz.

Diğer ülkelerle kıyaslandığında ikinci çeyrekte bir alt lige düştüğümüzü görüyoruz. Avrupa'da Portekiz ve İzlanda ile rekabet ederken, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da ise Mısır ve Sudi Arabistan'ın altına düşmüşüz. Ancak ülkemizde çok güzel gelişmeler de oluyor. Son 1 ay içerisinde görüştüğüm girişimci adayları arasından üç üniversite öğrencisi, bir de lise öğrencisi beni çok etkiledi ve gelecek için daha fazla umutlanmamı sağladı.

Her birinin birbirinden farklı, ayakları yere basan fikirleri, bir o kadar da girişimci, meraklı ruhları vardı. Öyle ki lise çağında yapay zeka ve hukuk konularını bir araya getiren girişimci adayından blockchain ile ilgili yeni bir şeyler öğrenmek için etkinliklerde sandalye taşımayı teklif edene kadar bu genç yaşta ne kadar istekli ve azimli olduklarını gösterdiler. Zor bir dönemden geçsek de yakın gelecekte çok daha iyi noktalara ulaşacağımıza tüm kalbimle inanıyorum.



ABD'de FinTech için yeni sandbox ortamı oluşturuldu

ABD Tüketicinin Finansal Haklarının Korunması Bürosu (CFPB,) FinTech girişimlerinin yasal düzenlemeler açısından esnek çalışabilmeleri için bir sandbox ortamı kurdu. CFPB Yönetici Direktörü Mick Mulvaney, "İnovasyon Ofisi" olarak adlandırılan bu yeni yapılanmaya Paul Watkins'in liderlik edeceğini duyurdu. İnovasyon Ofisi'nin şirketlere "20'nci yüzyıla ait kurallar" ile kısıtlanmaksızın yeni ürün ve hizmetler geliştirecek sunacağını ifade eden Mulvaney, "Watkins liderliğinde bu ofisin önemli aşama kaydedeceğinden eminim" diyor. FinTech Futures'ta yer alan habere göre Mulvaney'in İnovasyon Ofisi ile ana amacı, büronun öncelikleri arasında yer alan "tüketici dostu inovasyonu" körüklemek. Project Catalyst çatısı altında yapılan her türlü çalışma da bu yeni ofise transfer edilecek. Sandbox ortamında çalışacak FinTech girişimleri, tüketicilerin daha kolay erişebilecekleri, daha rekabetçi, daha yenilikçi finansal servisler geliştirecek.



Avrupa'daki bankalar RegTech çözümlerini nasıl kullanıyor?

Büyük ABD ve Avrupalı bankalar, MiFID ve PSD2 gibi yeni düzenlemeler için yılda 20 milyar dolar harcıyor. Peki bu harcamalar ne tip çözümler için ödeniyor? Avrupa Birliği gibi regülasyonların sıkça değiştiği ve son derece detaylı olduğu bölgelerin faaliyet gösteren bankalar, yeni koşullara uyum için deyim yerindeyse kesenin ağzını açıyor. Düzenleyici kurumların getirdiği katı

kurallar için kendi içlerinde pek çok yeniliğe imza atmak durumunda olan bankaların imdadına RegTech çözümleri sunan şirketler yetişiyor. Sektörün önde gelen yayınlarından Medici'de Elena Mesropyan imzasıyla yayınlanan "Avrupa'daki bankalar RegTech çözümlerini nasıl kullanıyor" başlıklı makaleye göre yeni regülasyonlara uyum sağlamak isteyen bankalar her yıl yaklaşık 20 milyar dolar gibi bir bütçe ayırmak durumunda. Tutarın bu kadar büyük olmasının ardında ise 2008-2016 yılları arasında gelişmiş piyasalardaki düzenlemelere yönelik değişikliklerin yüzde 500 gibi ciddi bir oranda artması yatıyor. Makale, harcamaları çeşitli ana başlıklar altında ele alıyor. "Raporlama çözümleri" harcamaların yoğunlaştığı başlıca konulardan biri. "Uyumluluk takibi sağlayan çözümler", "denetim mekanizmaları", "müşteri bilgilerinin kontrol ve yönetimi", "kara para aklamaya mücadele", "veri yönetimi", "sahtecilik kontrolü", "dijital kimlik" ve "risk yönetimi" de bankaların bütçe ayırmak durumunda olduğu başlıklar olarak sıralanıyor.



FinTech ekosistemi Latin Amerika'da yükseliyor

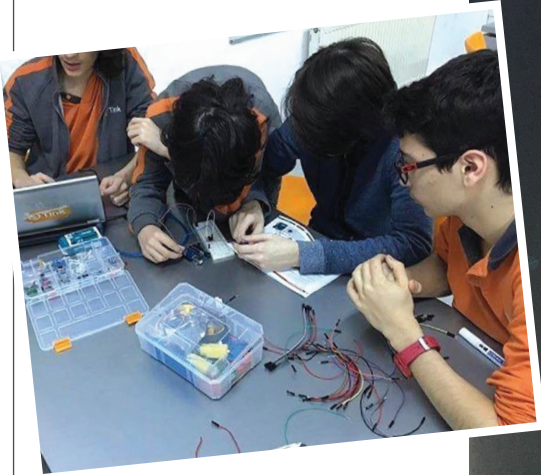
Araştırmalara göre Latin Amerika ülkelerindeki olumsuz ekonomik hava, FinTech girişimlerinin düzene el atmasına olanak sağlıyor.

FinTech'in gelişmekte olan pazarlarda büyük bir potansiyelinin olduğuna inanılıyor. Latin Amerika'daki son regülasyonlar ve yasama reformları, bu pazarı yabancı şirketlere açarak, Brezilya gibi ülkelerin karmaşıklıkları ve riskleri karşısında ayakta durabilecek olanlara büyük fırsatlar sunuyor.

Brezilya'da yaklaşık 207 milyonluk nüfusun yüzde 40'ı, geleneksel bankacılık sisteminde kara listeye alınmış durumda. Banka hesapları olanların çoğu da ürün ve hizmetlere sınırlı erişim hakkına sahip. McKinsey'e göre Brezilya'da 8 milyon yetersiz mikro işletme var. KOBİ'lerin kredi açıkları 237 milyar dolara dayanmış durumda. Bu olumsuz tablo, finansal servislerin FinTech ile tanışması için muazzam bir yapısal talep oluşturuyor. Amerika merkezli bir yatırım bankası olan Goldman Sachs'a göre ödemeler, borç verme, kişisel finans ve sigorta sektörleri yıkıcı etkiye karşı en dirençsiz alanlar olarak dikkat çekiyor.

Yarını **LİSELİLER** inşa ediyor!

Dijital dönüşüm, bugünün liselileri için bambaşka iş ve meslekleri gündeme getirebilir. Yeni becerilere sahip yeni bir işgücüne ihtiyaç var. İşte bu ihtiyaçtan yola çıkan TTGV, Intel ortaklığıyla lise öğrencilerine yönelik “Yarını İnşa Et” projesini yürütüyor. İlk iki döneminde 10 ile ulaşan projenin hedefi tüm Türkiye...



Sibel Soyak Eşder

Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı'nın (TTGV), Nisan 2017'de Intel ortaklığıyla başlattığı “Yarını İnşa Et” projesi, iki dönemde, 10 ildeki 206 farklı okuldan 537 öğretmen ve 4 bin öğrenciye ulaştı. 9, 10 ve 11'inci sınıf öğrencilerine yönelik eğitim ve çalışmalar sonucunda şimdiye kadar 566 proje ortaya çıktı. TTGV Başkanlık ve Sponsorluk Program Yöneticisi Sibel Soyak Eşder, “Şu anda en büyük hedefimiz, uygun koşulları sağlayarak Türkiye'nin her şehrine projeyi ulaştırabilmek” diyor.

Sibel Soyak Eşder ile “Yarını İnşa Et” projesinin çıkış noktasını, misyon ve hedeflerini, şimdiye kadar ulaştığı sonuçları ve yeni dönem planlarını konuştuk...

Önce biraz TTGV'nin temel misyonu ve tarihçesiyle ilgili bilgi verebilir misiniz?

1991 yılında kamu-özel sektör işbirliğiyle ülkemizde özel sektörün teknoloji ve inovasyon faaliyetlerini desteklemek amacıyla kurulduk. Kuruluşumuzdan bugüne “Teknoloji üreten Türkiye” hedefi doğrultusunda teknoloji geliştirme ekosistemi için katma değerli araçlar geliştirmeye çalışıyoruz. Mevcut teknoloji geliştirme ekosistemini desteklemek için kendi imkanlarımızın ötesinde teknolojik yenilik alanında etki yaratmak isteyen, bağışçı ve sponsorlara açık, güvenilir ve şeffaf bir aracılık platformu sunuyoruz. Ekosistemi dinleyen, onun sunduğu çeşitlilikleri anlayan, yorumlayan ve bu doğrultuda çözümler geliştiren ve bu çözümleri uygun kapasite/modellerle destekleyen bir yapıdayız.

Türkiye’de kanunla kurulmuş 7 vakıf arasından teknoloji ve inovasyon alanında faaliyet gösteren tek vakıf olmanın yanı sıra kâr amacını öncelikli olarak gütmeyen aracı-uygulayıcı kuruluş modelinin ülkemizdeki tek örneğiyiz.

“Yarını İnşa Et” projesi hangi ihtiyaçtan yola çıkarak başlatıldı? Eğitim konusunda sizi bu programa başlamaya iten ne oldu?

Ülkemizde genç nüfusun işsizlik problemi ve eğitim imkanlarına erişim kısıtlılığı gibi göz ardı edemeyeceğimiz bir durum söz konusu. Eğitim alanındaki imkanlara erişebilen öğrencilerin de üniversite eğitimlerini tamamlayıp iş hayatına atıldıklarında dijital dönüşümün etkisiyle mevcut mesleklerde çalışamayacağı, yeni bir çehreye bürünmüş meslek hayatına atılacakları bir gerçek. Dijital dönüşümün istihdam piyasası ve işgücünde yol açacağı bir keskin değişimi yeni becerilere sahip bir işgücüyle karşılamak zorundayız. Yeni meslek dallarının gereksinim duyacağı farklı becerilere sahip bu genç işgücünün hazırlanmasına Yarını İnşa Et programıyla destek olmak gayesindeyiz. Ülkemizin 2023 yılı hedefleri doğrultusunda dünyanın en büyük ilk 10 ekonomisi arasına girmek, sanayinin rekabet gücünü artırmak ve bunu sürdürülebilir kılmak, akıllı üretim sistemlerini hayata geçirmek ve mutlaka teknolojinin sunduğu imkanlardan faydalanmak gerekiyor. Bu temelde de işgücümüzü geleceğin donanımlarına sahip hale getirmemiz şart.

Projenin detaylarını bizimle paylaşır mısınız?

Nisan 2017’de, Intel ortaklığıyla başlangıçta sadece İstanbul’daki okullarda yapılması planlanan proje, aynı yılın eylül ayında planlandığı gibi İstanbul’daki öğretmen eğitimleriyle başladı. Daha sonra sırasıyla İzmit, Şanlıurfa ve Gaziantep eğitimleri gerçekleştirildi. İstanbul’da özel okullar, İzmit’te ağırlıklı meslek liseleri, Şanlıurfa ve Gaziantep’te



kız çocukları ve dezavantajlı bölgelerle çalışıldı. Bu dört şehirdeki eğitimlerin tamamlanmasıyla projenin birinci dönemi olarak adlandırdığımız pilot dönemi tamamlanmış oldu.

2017-2018 eğitim yılının ikinci döneminde ise TTGV olarak Milli Eğitim Bakanlığı’ndan alınan onayla Sakarya, Eskişehir, Aydın, Samsun-Bafra, Mersin ve Hatay-İskenderun olmak üzere altı şehirde daha eğitimlerimizi devam ettirdik.

Projenin hedef kitesinde ülkemizdeki 9-10 ve 11’inci sınıf öğrencileri yer alıyor. Projeye gönüllü olarak katılan ve daha önce Arduino veya benzeri bir platformda çalışmış olan öğretmenler, TTGV tarafından kendilerine ücretsiz olarak sağlanan kitlelerle uygulamalı elektronik ve programlama eğitimi alıyor. Eğitimler tamamlandıktan sonra her öğretmen, çalıştığı kurumda en fazla 5 öğrenciden oluşan





gönüllü takımlarını oluşturuyor. Öğrencilerin de gönüllülük esasıyla katıldığı projenin yapım sürecinde katılımcılar, TTGV tarafından sağlanan ücretsiz kitlelerle; sağlık, çevre/enerji ve akıllı şehirler konu başlıklarında çevrelerinden belirledikleri sorunlara çözüm olabileceklerine inandıkları projeler ortaya çıkarıyor.

Projeler tamamlandıktan sonra hazırladığımız formlara süreci görselleştirerek hikaye haline getirip anlatan öğrenciler, bu formları web sitemizde yayımlanmamız için bizlere ulaştırıyor. Birinci dönemde bağımsız bir jüri, 50 finalist arasından ödül kazanan 5 projeyi belirledi. Projenin lansmanını ve ödül törenini 15 Nisan 2018 tarihinde İstanbul Grand Pera'da yaptık.

Gaziantep ve Şanlıurfa'da özellikle kız öğrencilerin etkin olarak yer almasını istedik ve ödül kazanan 5 projeden 3'ü Gaziantep'ten çıktı. Kazanan takımları haziran ayında Özyeğin Üniversitesi'nde yer alan OpenFab oluşumunun düzenlediği bir "Maker" yaz kampı katılımıyla ödüllendirdik.

Projenin ikinci döneminde ise bu kez her ilde kazanan 3 projeyi belirledik. Kalan sürede 206 farklı okuldan 537 öğretmen ve 4 bin öğrenciye erişerek toplamda 566 projeyi bugüne ulaştırdık.

Katılan öğretmenlerin branşlarını incelediğimizde, ağırlıklı olarak teknoloji bölümleri öne çıkıyor. Coğrafya, tarih, beden eğitimi ve resim gibi sosyal branşlardan robotik kodlamayla ilgilenen öğretmenler de programa dahil oldu.

Projenin yeni öğretim döneminin planlamasını nasıl yaptınız?

Bugüne kadar kendi kaynaklarımız ve bölgesel işbirlikleriyle devam ettirdiğimiz projeyi, gelecek öğretim yılında özel sektörden gelecek teknoloji bağışları ve yine bölgesel iş birlikleriyle devam ettirmeyi düşünüyoruz. Programı

ağlarımızda yer alan bağışçı kişi ve kurumlara duyurarak; teknolojiye bağış yaparak destek vermelerini istiyoruz. TTGV'nin kitlesel kaynak geliştirme programı olan www.ideanest.org adresi üzerinden de isteyen kişiler teknoloji kiti desteği için bağışta bulunabiliyor. Projeye 300 bin TL üzerinde nakit bağış yapan kurumların katkıları da TTGV tarafından aynı tutarda finansmanla program bütçesinde destekleniyor. Eğitimler ve projelerde kullanılan teknoloji kilerine yapılabilecek bağışların yanı sıra proje yapılacak illerde öğretmenlerin eğitim organizasyonlarına nakdi ve aynı destekte de bulunulabiliyor. Şu anda en büyük hedefimiz, uygun koşulları sağlayarak Türkiye'nin her şehrine projeyi ulaştırabilmek.

Bu zamana kadar ne gibi geri dönüşler aldınız?

Özellikle öğretmenlerin bizlere verdiği geri dönüşlere baktığımızda, programın kendi mesleki gelişimlerine yaptığı katkının ne kadar değerli olduğundan bahsettiler. Okullarında ya da çalıştıkları kurumlardaki öğrencilerin projeyi sahiplenmelerine ve boş vakit aktivitelerinin yerine projelerini geliştirmek adına yaptıkları faaliyetlere dikkat çektiler. Gelecekte yapacakları mesleği belirleme konusunda öğrencilerin kendilerine hedefler koyarak bu konuda daha bilinçli hale geldiklerini ve bu durumun ailelerine de mutluluk verdiğini belirttiler. Öğretmenlerinden edindikleri bilgileri baz alan öğrenciler, kendilerini geliştirmek için Arduino ile ilgili bilgilerini artırmaya çalışıp, aralarındaki etkileşimleri sıklaştırarak birbirlerini eğitmeye başladılar. Öğretmen geri bildirimleri arasında bizleri en mutlu edenlerden biri de bu projede yer alan öğrencilerin artık daha sık çevrelerinde yer alan ihtiyaçları fark etmesi oldu. Daha da önemlisi, bu ihtiyaçlara çözüm ararken multidisipliner gruplarda birlikte tartışıyor, teknolojiyi kullanarak çözüm bulma merak ve isteğiyle geliyorlar. ☺



Sigorta Gündem

Atamalar, terfiler
Sektörle ilgili son gelişmeler
Kim nereye transfer oldu?
Detaylı bilanço analizleri



Hepsi ve daha fazlası için
www.sigortagundem.com





Şule Kuban
Morhipo.com Genel Müdürü

morhipo



Kadınların çalışabileceği en iyi şirketler listesindeki tek e-ticaret kuruluşu olan Morhipo.com, yüzde 51 kadın çalışan oranıyla sektöründe fark yaratıyor. Genel müdürü ve üst düzey yöneticilerinin çoğu kadın olan şirketin kadımlar tarafından tercih edilmesindeki etkenlerin başında ise kuşkusuz moda sektöründe faaliyet göstermesi geliyor.

Kadın istihdamıyla ilgili sorularımızı bu kez e-ticaret sektöründen Morhipo.com'un Genel Müdürü Şule Kuban'a yöneliyoruz. 1977 yılında tekstil sektöründe iş hayatına atılan Kuban, 1984 yılında Boyner Gruba katılmış. 2013 yılından bu yana da Morhipo.com'u yönetiyor...



tulin.cakmak@gundemmedyagrubu.com

Tülin Çakmak

**Zirve
Sohbetleri**



Dijitalde gelişen gençler kariyer yolunda bir adım öne geçecek

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

Ödeme sistemleri, bankacılık ve finans, kadın çalışan oranı yüksek sektörler. Bizim içinde bulunduğumuz moda perakendesi ve e-ticaret de öyle. Konuyu sektörümüz açısından değerlendirmek gerekirse, dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kadınlar moda odaklı iş kollarında başarılı projeler yönetiyor, şirketlerine katkı sağlıyor.

Biz Morhipo’da başarıyı ödüllendiriyor, ayrımcılığı asla kabul etmiyoruz. Vizyonu ve farkındalığı olan, azimle çalışan ve üreten, empati yapabilen, müşterisinin hayallerini ve ihtiyaçlarını anlayıp gerçeğe dönüştürebilen tüm yaratıcı bireylere gelişmeleri için destek vermek gerekiyor. O zaman kadın-erkek fark etmeksizin her genç birer yıldız gibi parlıyor.

Şirketinizdeki kadın-erkek çalışan dağılımı nasıl?

Morhipo’da kadın çalışan oranı yüzde 51. Genel müdürü ve üst düzey yöneticilerinin çoğu kadın olan bir şirkettiz. Moda gibi gusto, detaycılık ve vizyon gerektiren bir sektörde kadınların başarısı kaçınılmaz. Ancak başarılı yöneticilerimiz kadın oldukları için değil bu başarıyı elde ettikleri için bu pozisyonlardalar.

Şirketinizde kadın yöneticilerin artmasına yönelik uygulama var mı?

Tüm çalışanlarımıza işe giriş aşamasından kariyerinde ilerleme basamaklarına kadar her aşamada eşit fırsatlar sunuyoruz. Kendilerini geliştirebilmeleri için olanaklar yaratıyor ve çeşitliliği bir şirket kültürü olarak benimsiyoruz. Dikey ve hiyerarşik bir çalışma şekli yerine herkesin görüşlerini özgürce iletebildiği ve departmanlar arası işbirliğinin önünü açan bir düzen içinde çalışıyoruz. Morhipo.com olarak bu anlamda e-ticaret sektörü için iyi bir örnek teşkil ettiğimizi düşünüyorum. Çok yakın zamanda yapılan bir araştırmada “Kadınların Çalışabileceği En İyi Şirketler” listesindeki tek e-ticaret şirketi olduk, tüm şirketler arasında ise 12’nci sırada yer alıyoruz.

Kadının iş hayatında güçlenmesi için neler yapılabilir?

Şahsen sadece cinsiyet değil hiçbir alanda ayrımcılık yapılmasının doğru olmadığı görüşündeyim. İnsanlara birey olarak yaklaşmamız, tüm kimliklerinden bağımsız başarıları ve ürettikleriyle değerlendirmemiz gerekiyor. Tabii ki bu insan odaklı bakış açısının ve başarıyı ödüllendiren motivasyonun hem toplumda hem de şirketlerde aktif bir şekilde uygulanması gerekiyor. Bunun için de toplumun aydınlanması, eğitimin her zaman en önemli önkoşul olarak ele alınması gerekiyor. Eğitim kalitesi arttıkça ve bireyler bilgiyle güçlendikçe kadın ya da erkek fark etmeksizin

bireylerin gerçek potansiyellerini ortaya çıkarması için imkan doğacaktır.

Yönetici olana kadar işyerlerinde yaşadığınız en büyük sorun ne oldu?

Uzun yıllar moda perakendesinde yöneticilik görevlerinde bulundum. 2013’ten bu yana da Morhipo.com’un genel müdürlüğünü yürütüyorum. Şanslıyım ki “sorun” olarak nitelendirilebileceğim çok büyük bir engelle karşılaşmadım. Karşıma çıkan her engeli bir sorun yerine fırsat olarak görmekten yanayım. Karşılaştığımız her yeni aşamada bir şeyler öğreniyor, başarısızlıklardan bile bir ders çıkarıyoruz. Her zaman daha iyisini yapmak için bunu bir motivasyon aracına dönüştürmek gerekiyor.

Kariyerinin başındaki kadın yönetici adaylarına ilk tavsiyeniz ne olur?

Genç yönetici adaylarına, merak etmekten vazgeçmemelerini öneriyorum. Sürekli sorgulayan, ezberleri bozan, bir eksik ya da hatayı gördüğünde sorumluluk alıp düzeltmek için çalışan yenilikçi ve yaratıcı gençlere her sektörde ihtiyaç var. Modanın geleceği dijitalde, e-ticaret de bunun en dinamik örneklerinden biri. Dijital alanda kendilerini geliştiren, yenilik peşinde koşan gençler kariyer yolunda bir adım öne geçecektir.

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

Toplumsal cinsiyet rolleri yüzyıllarca süre gelen birtakım önyargılara ve sağlam kalıplara dayanır. Bu rolleri kırmak da uzun süren bir bilinçlenme süreci gerektirir. Yazılım, elektronik gibi alanlara kadınların yeterince ilgi göstermemesi, idol olarak alabilecekleri çok fazla örnek olmamasından kaynaklanıyor. Ama aslında yeni nesilde bu alanlarda çalışan çok sayıda başarılı kadın olduğunu görüyoruz. Onlar gelecekteki örnek kişiler olacak ve çok daha fazla kadını bu alanlara teşvik edecek. Bu iyi örneklerin daha çok anlatılması ve gençlerin cesaretlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum.

Anne olmak çalışan bir kadının kariyerini nasıl etkiliyor?

Anne olmak çalışan bir kadın için çok daha planlı hareket etmeyi gerektirmesinin yanı sıra empati yeteneğini artırdığı için bizim gibi müşteri odaklı sektörlerde avantaj sağlıyor. Annelerin çocuğunu mutlu etmeye odaklı olması gibi biz de iş yapış şekillerimizi koşulsuz müşteri mutluluğu önceliğinde şekillendiriyoruz. Çocuk sorumluluğunu annelerle gerçek anlamda paylaşan eşlere ve çocuklu anneleri destekleyen işyerlerine daha çok ihtiyacımız var. Kadınları çocuk bakımı konusunda destekleyen yasal düzenlemeler ve bu konuya gözünü kapatmayan bir özel sektör kültürü gerekiyor. ☹



YUSUF İBİLİ
B2CDirect CEO'su

E-ihracatta başarının 7 ALTIN KURALI

1 Verimli bir başlangıç için detaylı fizibilite yapın

E-ihracata başlamadan önce hazırlık aşaması büyük önem taşıyor. Bu aşamada kendinizi, firmanızı, ekibinizi ve ürünlerinizi yeniden keşfedin; eksikleri tamamlayarak e-ihracata hazır hale gelin. E-ihracat olasılığı olan ürünleri tespit edip gerekli fizibilite çalışmalarını yapın.

2 İç pazardaki başarıya göre hareket edin, dışarıda yönünüzü doğru tespit edin

Yurtiçinde neyi nasıl, kime sattığınızı, ne kadar zamanda sattığınızı ve satış sonrasında yaşadığınız süreçleri çok iyi analiz edin ve değerlendirin. İç pazardaki başarınızı doğrultusunda dış pazarlara uygun hizmet ve ürünlere karar verin. Kısa ve uzun vadeli hedefler saptayın, rekabet gücü ve büyüme potansiyelini değerlendirin. İhracat departmanını yapılandırın, görev ve sorumluluklarını amaca yönelik planlayın, mevcut elemanlarınızın ihracat bilgileri ve yabancı dil bilgilerini geliştirin.

3 Satış yapacağınız her ülkenin pazarını iyi tanıyarak kalıcı olun

Satış yapacağımız pazarı belirleyin. E-ihracat yapacağımız ülkenin pazar araştırmasını yaparken yerel piyasa gibi algılamayın; yurtdışında geçerli olan yöntemlerden farklı satış süreçleri olacağını unutmayın. Buradaki amacımız farklı ülkelerdeki piyasaların potansiyelini, büyüklüğünü belirlemek, değerlendirmeler yapmak, karşılaştırmalarda bulunmak ve ihracatını yapacağımız ürünün en

çok hangi pazarda arzu edildiğini, yabancı piyasalarda ihtiyaç olup olmadığını belirlemek olsun.

Gideceğiniz pazarın toplam alım gücünü mutlaka dikkate alın. Ülkenin finansal ve ekonomik koşullarını dikkatle inceleyin. Bilhassa yüksek enflasyon oranına sahip ülkeleri iyi analiz edin. Unutmayın ki yabancı paranın kullanımında kısıtlamalar yaşanabiliyor. Devlet istikrarı, din gibi sosyokültürel güçleri, teknoloji düzeyler gibi faktörleri de dikkate alın.

4 Teslimat sürelerinde gerçekçi olun ki müşteri kaybetmeyin

Belirlediğiniz hedef noktaların işleri yürüttüğünüz merkeze mesafesini ve zaman farkını göz ardı etmeyin. Mesafeler taşıma masraflarını da beraberinde getireceğinden, teslimat sürelerinin de olumsuz etkilenmesine neden olabilir. Uzak ülkelerdeki zaman farklılığı, iş saatlerinin uyumsuz olması sebebiyle karar verme ve işleri neticelendirme süreçlerini geciktirebilir. Bu yüzden ürünlerinizin gerek hedef noktaya gerekse tüketiciye ulaşacağı süreleri iyi tespit edin. Yanıltıcı bilgiler vermektan kaçın, çünkü teslim sürelerindeki gecikme, müşterilerinizi yeniden alışveriş yapma konusunda çekincede bırakacaktır.

5 Müşterinizle aynı dili konuşun, daha çok müşteri kazanın

E-ihracat yapmak istediğiniz pazar için araştırmalarınızı tamamladınız ve sıra geldi internet sitenizi oluşturmaya... Sitenizin sayfalarını, arayüzleri ve menülerini kullanıcı için kolaylık sağlayacak şekilde tasarlayın. Peki insanlarla iletişimi nasıl kuracak, ödemeleri ve gönderimleri nasıl sağlayacaksınız?

Günümüzde İngilizce uluslararası bir dil olarak kabul görse de net olarak belirtmek gerekir ki her coğrafyada bu durum geçerli değil. Ayrıca potansiyel müşteriniz olan kişi sizinle kendi dilinde alışveriş yapmak ve iletişim kurmak isteyebilir. Ancak bu noktada hedef pazarın gereksinimlerine göre internet sitesi kurulmasının yanı sıra kullanılacak katalog ve ürün açıklamalarının da anlaşılır olması gibi birçok farklı unsur da bulunuyor. Ürünler açıklayıcı ifadelerle, iade sorunu yaşatmayacak şekilde, nitelikleri anlaşılır şekilde belirtilmeli. Yerelleşme konusunun mutlaka özenle ele alınması gerekir.





Tüm bu çalışmalarını “e-ihracatta yerelleşmek” olarak adlandırabiliriz. İnternet siteniz, kullanıcıları lokasyon bazlı tanıyabilmeli ve yerel konumlarına göre özelleştirilmiş olmalı. Sitenizin dilini ziyaretçinin ülkesine göre göstermeli ya da dil seçeneklerinin kullanıcı tarafından değiştirilebilmesini tercihe bırakmalısınız.

6 Fiyat deyin geçmeyin; ayrıntılı düşünerek ve yerelleşerek başarıya koşun

Yerelleşme, ürün fiyatlamasında da devreye giren önemli bir unsur. İnsanlara fiyatlarınızı kendi ülkelerinin para biriminde gösterebilirseniz onların hayatını kolaylaştırır, sitenizi benimsemelerini kolaylaştırır. Bu yüzden sitenizde satışa sunduğunuz ürünlerin fiyatlarını, siteye gelen ziyaretçinin bulunduğu ülkenin yerel para biriminde göstermelisiniz.

Bir diğer alternatif de sitenizde farklı para birimlerinin olduğu seçenekler sunmanız ve otomatik kur hesaplamalarının yapılması. Dünyanın farklı bölgelerinde, her ülkenin kendine özgü farklı ödeme yöntemleri ve alışkanlıkları var. Bazı ülkelerde kredi kartıyla ödeme daha çok tercih edilirken, bazı ülkelerde banka transferi ve kapıda ödeme yöntemi öne çıkıyor. Ödemede yaşanacak sorunları en aza indirmek için e-ihracat yapacağınız ülkelerin tercihlerini öğrenin.

Burada en kritik nokta, ürünlerinizin fiyatını farklı ülke pazarlarının niteliğine ve para değerine uygun olarak belirlemeniz. Örneğin, Euro ya da dolar olarak fiyatlandırılan ürünün Türk Lirası hesabına göre pahalıya geleceği, tam tersi durumda ise kâr edileceği gibi durumlardan söz edebiliriz. Ayrıca fiyat belirlerken maliyeti artırıcı, satış komisyonları, lojistik ücretler, akreditif masrafları, sigorta gibi unsurları da düşünmekte fayda var.

7 Lojistik her şeydir, unutmayın!

Mutlaka deneyimli bir lojistik iş ortağınız olmalı. Ürünleriniz ne kadar kaliteli, siteniz ne kadar iyi ve fiyatlarınız ne kadar uygun olursa olsun, eğer lojistik süreçleriniz müşterinizi tatmin etmiyorsa ne satış yapabilir ne de müşterilerinizin yeniden alışveriş yapmasını sağlayabilirsiniz. Gönderiler için gümrük işlemlerinin hızlı ve masrafsız



sonuçlanması, teslimat için verdiğiniz iş günü sayısına yönelik güvenciyi zedelememeli.

Geleneksel ihracatta firma tarafından beyanname oluşturulması işlemleri, e-ihracatta elektronik hale getirildi ve teferruatlardan arındırıldı. Ancak farklı ülkelerin doğal olarak farklı kanunları var. Lojistik aşamasında da buna göre adım atılması gerekiyor. Gönderilen kargo, varış noktasında teslimat yapılacak olan ülkenin kanunlarına tabi. Bu yüzden o ülkenin işlemleri hakkında bilgi sahibi olmalısınız. Teslimatlar için gönderi hesaplamaları, gönderi türü çeşitliliği, GTİP kodu arama özelliği, müşterinizin isteğine göre ekstra katma değerli hizmetleri mutlaka sunmalısınız. Ürünün müşteriye zamanında, hesaplı ve hasar görmeden ulaştırılması e-ihracatın en önemli ayaklarından biri. Satış sonrasında ise alıcılara müşteri hizmetleri, sorunsuz iade gibi konularda destek vermeye devam etmelisiniz. ☹



Şubelerde robotlara yer açın



Elif Bilge Eder

HSBC, haziran ayı sonunda robot Pepper'ı duyurdu. Pepper kısa boyu, parlak beyaz gövdesi ve kocaman gözleriyle oldukça sevimli bir insansı robot. ABD'de bir banka şubesinde kullanılan ilk robot olma özelliğini taşıyor. Proje, bankanın New York 5. Cadde şubesinde müşteri deneyimini artırmak amacıyla başlatılmış.

Sıkça sorulan ve basit yanıtları olan müşteri başvurularının şube çalışanları yerine Pepper tarafından yanıtlanması hedefleniyor. Kredi kartı bilgilendirmeleri, müşterilerin ATM'lere yönlendirilmesi ya da karmaşık işlemler için müşterinin doğru şube çalışanıyla görüştürülmesi gibi ihtiyaçlar Pepper tarafından giderilecek. Pepper iyi eğitilmiş bir robot; yakın restoranlar, hava durumu gibi günlük bilgileri sunmanın yanı sıra oldukça da esprili.

Pepper teknolojinin magazin yanı gibi geliyor bana, hani yeni bir filmin vizyona girmeden önce yayınlanan fragmanı gibi... Daha üst düzey teknolojilerin habercisi olan Pepper'ı takip edecek modeller eminim çok daha gelişkin olacaktır.

İnsansız şube örneği

Robot teknolojilerini kullanan başka bankalar da var elbette. China Construction Bank, nisan ayında Şanghay'da ilk insansız şubesini açmıştı. Pilot olarak hizmete alınan şube, hem teknoloji meraklısı müşterilere hem de klasik bir bankacılık anlayışı olan kurumu yenilikçi bir imaja büründürmeye yönelik bir adım olarak planlanmış. Bildiğimiz banka şubelerinde yapılan işlemlerin yüzde 90'ının yapılabilirdiği şubede, iki faktörlü kimlik tanımlamayla işlem güvenliği sağlanıyor. Müşteriler şube girişindeki turnikelerde yüz tanımasından geçerek içeriye alınıyor. Şube içindeki insansı robotlar ise müşteriyi sesinden tanıyarak hesap açma, para transferi ve yatırım işlemlerine ilişkin müşteri talimatlarını yerine getirebiliyor. Şubede kullanılan sanal gerçeklik teknolojisi sayesinde müşteriler kiralık ve satılık konutları inceleme imkânına da sahip.

China Construction Bank'ın şubesi henüz tam da insansız sayılmaz. Çünkü bu aşamada müşterilerin bu yeni hizmetle ilgili olarak eğitilmesi ve yönlendirilmesi gerekiyor. Şimdilik biraz da merak nedeniyle şubeyi ziyaret edenler, zamanla yerini hizmet almak üzere gelenlere bırakacaktır diye düşünüyorum.

Peki bu insansız şubeler gerçekten rağbet gö-

rür ve şubelerin çoğu bir gün insansız olursa ne olacak? Onca şube bankacısı ne iş yapacak?

Yeni teknolojilerin olası etkileri

Deutsche Bank'ın Mayıs 2018 tarihli "Dijital ekonomi ve yapısal değişim" konulu raporunda bu konuya değinilmiş:

■ Yapay zekâ ve robotik alanındaki gelişmelerin ekonomik, sosyopolitik etkilerinin uzun vadeli olacağı öngörülmesine rağmen bunlardan bazıları şimdiden somut olarak hayatımıza girdi bile. Ancak tabii ki yapay zekâ, robotik ve ileri teknolojilerin getireceği verimlilik ile gelir artışının emek ve sermaye arasında nasıl dağılacağı henüz öngörülemediğinden, gündelik hayata etkisini de kestirmek zor.

■ İşgücü piyasalarının yapay zekâ alanındaki gelişime paralel değişime uğrayacağı söylenebilir. Önceki teknoloji devrimlerinde öngörülmeyen yeni meslekler ve işler ortaya çıkmıştı. Bu defa da bu tür bir sürecin yaşanıp yaşanmayacağını gözlemleyeceğiz. Robotların bilgi ve uzmanlığının artırılması, müşterilerle iletişimde duygusal tepkilerinin geliştirilmesi, mekanik ve işlemci donanımlarının günlük bakım ve arıza operasyonları gibi alanlarda yeni iş alanları oluşacağını tahmin etmek zor değil bana göre.

■ Teknolojik gelişmeler neticesinde işsizliğin artması ve bunun yapısal hale gelmesi durumunda sosyal ve mali etkiler kaçınılmaz olacaktır. Ki bu noktada hükümetler, sosyal refah seviyesini korumak adına "robot vergisi" de dâhil olmak üzere farklı çözümler üretebilir.

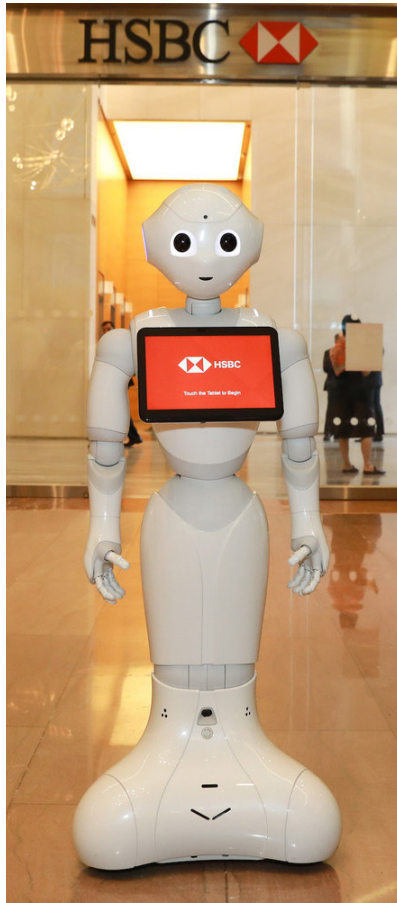
Yeni teknolojilerin verimliliğe etkisi

Ekonomik büyümenin üç ana unsuru var:

- 1- Sermaye stoğundaki artış
- 2- Teknolojik ilerlemeye paralel donanım sermayesindeki artış
- 3- Eğitim ve Ar-Ge yoluyla eğitilmiş işgücündeki artış

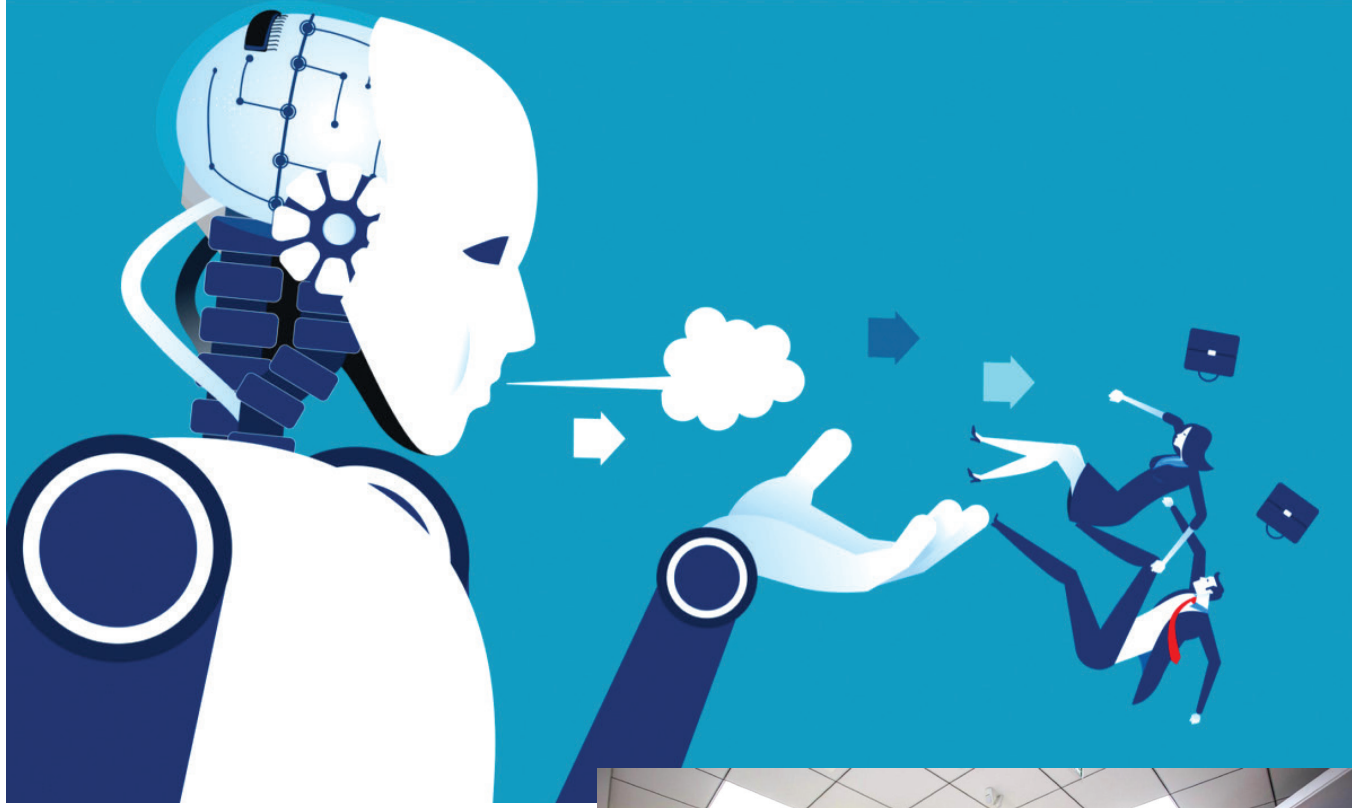
Dijital teknolojilerin ekonomiye ve üretim artışına etkisi tartışma konusu. 1980'lerde PC'lerin dünyamıza girmesi sonrası bilginin dijitalleşmesi, 1990'larda internetin yaygınlaşması ve bu yolla bilginin ortak kullanıma açılması sonucunda bilgiye erişimin maliyeti oldukça azaldı.

Dijital devrimin başını çeken ülkelerden ABD, 80'li ve 90'lı yılların başında beklentilerin üstünde bir büyüme yakaladı. ABD'deki verimlilik artışı 2004-2007 yılları arasında yavaşladı. 2008-2010 yılları arasın-



“Yapay zekâ hayatımıza girdikçe, liderlikte duygusal zekânın da önemi giderek artacaktır.”

AMIT RAY



da bir canlanma yaşansa da 2011'den bu yana işgücündeki yıllık ortalama verim artışı binde 5 ile sınırlı kaldı. Sözüünü ettiğimiz yapay zekâ ve robotik teknolojilerinin iş hayatına girmesiyle verimlilikte yeni bir ivme yakalanması bekleniyor. Accenture'in 2017 tahminlerine göre ABD GSMH'sı 2035 yılına kadar 2 katı artarak yüzde 4.6'ya çıkabilir. McKinsey ise otomasyonla birlikte global ekonomideki büyümenin 2065'e kadar binde 8'den yüzde 1.4'e yükseleceğini tahmin ediyor. Bu artış oranı, dünyadaki işgücü rakamlarına indirildiğinde 1.1 milyar ek çalışan kadar işgücü etkisi yapıyor ve bu hespla toplamda 2.3 milyar global çalışan sayısına ulaşılıyor.

Şubeler revaçta

Robot teknolojilerinin şubelerde devreye girmesi tüketici açısından merak uyandıracak, görmeye değer bir deneyim olacaktır. Bu yolla banka şubeleri yeniden cazibe merkezleri haline gelecektir. “Peki ama daha düşük kanal işletim maliyetleri nedeniyle bugüne kadar bin bir emek harcayan şube dışı kanallara ne olacak” diye de sorası geliyor insanın...

Şubeler her zaman sıcak müşteri ilişkisi açısından önem taşıyan, elle tutulan gözle görülen ve marka değerini vurgulayan bir hizmet kanalı olmuştur. Bankalar açısından şubeler satış, pazarlama, operasyon, müşteri kazanımı ve müşteri sadakati anlamında büyük önem taşır. Müşteri açısından ise hizmet aldığı şube personeli tarafından tanı-



nırlık, kişisel/kurumsal işlemlere ve finansal duruma yönelik bilgilere sahip bir portföy yöneticisiyle çalışma imkanı demektir.

Robotların bankalar açısından satış/pazarlama, yeni müşteri kazanımı ve müşteri sadakatini sağlamak anlamında bir katkısı olabileceğini düşünmüyorum. Robotik bir şube, ancak teknoloji merakı olan müşteri kitlesinden kazanım sağlayabilir. Onun da ne denli sadık hale getirilebileceği tartışılır. Ancak şube dışı kanallara mesafeli duran tüketicilere ait bankacılık işlemlerinin otomasyonuna kayda değer bir katkı yapacağımızı söyleyebiliriz. ☹

Vatandaşı online alışverişten SOĞUTAN 10 HATA!



CENK ÇİĞDEMLİ
TOBB E-ticaret Meclisi Üyesi
Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu

1 Sürekli bildirim göndermek

Büyük e-ticaret sitelerinde müşteri bilgilerini çalarak satan kötü niyetli çalışanlar olabiliyor. Veya internette çeşitli kaynaklarda satışa çıkarılmış telefon listeleri... Bir e-ticaret sitesinin yapabileceği en hatalı davranışlardan biri, bu şekilde edinilen cep telefonu numaralarına devamlı mesaj atmak olacaktır. Potansiyel müşterinin alışveriş yapacağı varsa da sizden rahatsız olduğu için asla alışveriş yapmayacaktır. Bir site kendi kayıtlı müşterisine bile ayda birkaç seferden fazla mesaj veya e-posta atmamalıdır. Hatta müşteri sitenin mobil uygulamasını telefonuna indirmiş olsa bile, haftada bir iki defadan fazla bildirim göndermek itici olacak ve müşteriyi sizden soğutacaktır.

2 Kaotik arayüz kullanmak

E-ticaret sitesi kaotik bir temaya sahipse, hey yerden pop-up'lar, renkli kutular çıkıp duruyorsa, kullanıcı hiçbir şey satın almadan siteden çıkacaktır. Aynı şekilde sitenin çok yavaş olması, ödeme adımı dahil her kategoride uzun süre beklemek zorunda kalması da kullanıcıyı bezdirir. Siteye mobilden giriş yapan kullanıcıya masaüstü site gösterilmesi de siteden derhal çıkma sebebidir. Bu tür siteler Google'da bile artık görünür olamamalarına rağmen maalesef hala var.

3 Gereksiz bilgi talep etmek

Alışveriş adımlarında formu ne kadar uzatır ve gereksiz bilgi isterseniz müşteriyi o kadar çok bezdirirsiniz. Bir e-posta adresi, cep telefonu, şifre ve adres bilgisi

yeterlidir. TC kimlik numarası, kullanıcının sizi nereden duyduğu gibi gereksiz bilgiler potansiyel müşteriyi daha kaydolmadan kaçırma sebebidir. Kısaca üye olma ve ödeme adımları uzatılmamalıdır. Bazı eski sitelerde, kullanıcı siteye üye olmasına rağmen her seferinde adres ve kredi kartı bilgilerini yeniden girmek zorunda kalıyor. Bu tür sitelerde kaydet özelliği bulunmuyor. Bu da alışverişlerde pratiklik arayan e-ticaret müşterisi için bezdirici bir durumdur.



4 Kötü kargo

Kargo ücretleri ne kadar yüksek ve kargo hizmeti ne kadar kalitesizse müşterinin sitenizden ikinci kez alışveriş yapma olasılığı o kadar düşer. Ürünü geç çıkmak en büyük hatadır. Söz verilen güne kadar gönderim yapılmalıdır. Online alışveriş yapan müşteriler, yaptıkları alışverişin kendilerine tam olarak kaç mal olacağını da bilmek ister. Alışveriş tamamlanmadan önce, sepet bedeline ilave olarak gönderinin kargo bedelinin de eklenmesi, belirsizliğin giderilmesi adına önemlidir.





5 Kalitesiz fotoğraf kullanımı

Ürün fotoğrafının çok küçük olması, üzerinde oynanarak gerçek ürünle alakasız hale getirilmiş olması, satılan ürün yerine daha kaliteli bir benzerinin fotoğrafının konulması sahtekarlıktır ve kullanıcıları e-ticaretten tamamen soğutur. Ürün görselleri müşterinin ürünü kafasında canlandırabileceği kadar net olmalıdır. Birkaç farklı açıdan fotoğraf çekilmelidir.

6 Özensiz ürün açıklaması

Ürün açıklamaları detaylı olmalı ancak en önemli bilgiler ilk üç cümlede aktarılmış olmalıdır. Çünkü çoğu insan uzun açıklamaları okumak istemez. Ancak okumak isteyen detaycılar için de özenli bir açıklama yazısı hazırlanmalı. Eğer hazırlanmazsa, meraklı ve araştırmayı seven müşteriye eziyet etmiş ve onu kaçırmış olursunuz.

7 Yanlış reklamlar

Müşterinizi doğru entegre edilmemiş reklamlarla da bezdirirsiniz. Diyelim ki müşteri bir paten aldı, site müşterinin bilgisayarına bir çerez atıyor ve ürünü satın almış olsa bile aylarca internette çeşitli sayfalarda paten reklamı göstermeye devam ediyor.

8 Çalışmayan butonlar

Çalışmayan ve yanlış yönlendirilen butonlar da en etkili bezdiricilerdendir. Mesela sepete eklenen ürünü göstermeyen butonlar yüzünden birçok müşteri sepete geldiğinde aynı üründen 10 tane eklemiş olduğunu fark ediyor. Mutlaka eklenen ürünlerin sepette olduğu bilgisi verilmeli, hatta müşteri önce sepete yönlendirilmeli, ardından alışverişe kaldığı yerden devam etme butonuyla devam etme seçeneği olmalı. En büyük sorunlardan biri de “geri git” butonlarında yaşanıyor. “Geri git” butonları daima bir önceki sayfaya götürmelidir ama çoğu zaman

en başa, ana sayfaya yönlendirir. Bu da kullanıcının tüm adımları baştan alması anlamına gelir ki çoğu kişi bunu yapmak istemez ve siteden çıkar.

9 Ulaşılmayan müşteri hizmetleri

Kullanıcı müşteri hizmetlerinden bilgi almak isteyip de ulaşamazsa yaptığı alışveriş hakkında sorgulama yapamazsa siteye olan güveni sarsılır. En başarılı e-ticaret sitelerinin müşteri hizmetlerine en çok önem veren firmalar olması tesadüf değildir.

10 Belirsiz iade politikası

İnternette alışverişin en önemli kuralı, sitelerin bir iade politikası olmasıdır. Kullanıcı, hangi şartlarda ürünü iade etme hakkı olduğuna dair mutlaka bilgilendirilmelidir. ☹



KREDİ KARTI limitlerinin bankalar arasında aktarımı kolaylaştı



YTT Hukuk Bürosu

Av. Çağrı Coşar - Av. Kortan Toygar

5 464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu kapsamında çıkarılan Banka Kartları ve Kredi Kartları Hakkında Yönetmelik, 10 Mart 2007 tarih ve 26458 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmişti. Söz konusu yönetmeliğin asıl amacı, banka kartları ve kredi kartlarının çıkarılmasına, kullanımına ve kartlı ödemeler sisteminde yer alan kuruluşların faaliyet esaslarına ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.

Yönetmelik üzerinde bugüne kadar birçok değişiklik yapıldı. 6 Temmuz 2018 tarih ve 30470 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren “Banka Kartları ve Kredi Kartları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile Sözleşme Değişiklikleri” başlıklı 18’inci madde ise bunların sonuncusu oldu. Kart çıkaran kuruluşlar ile kart hamilleri arasında yapılan sözleşmelerde değişiklik yapılmasına ilişkin hükümlere bakmadan önce sözleşmelerde bulunması zorunlu hususlara değinmekte yarar görüyoruz...

Kart düzenleyiciler ile kart hamilleri arasındaki ilişkiler

Yönetmeliğin 17’nci maddesi, banka kartı veya kredi kartı düzenleme yetkisini haiz bankalar ile diğer kuruluşların kart hamilleriyle aralarındaki ilişkileri düzenleyen sözleşmeler hakkındaki usul ve esasları ortaya koyuyor. Buna göre, sözleşmelerin ilgili mevzuat çerçevesinde en az 12 punto ve koyu siyah harflerle hazırlanacak yazılı sözleşmeyle düzenleneceği hüküm altına alınıyor. Sözleşmenin bir örneğinin kart hamiline verilmesi de yine zorunlu tutuluyor.

Banka kartı sözleşmelerinde;

i. Kart hamilinin sorumluluğunun, kartın zilyetliğine geçtiği veya fiziki varlığı bulunmayan kart numarasının öğrenildiği andan itibaren başlayacağına,

ii. Kart kullanımına bağlı olarak kart hamillerinden alınabilecek ücret, komisyon, masraf ve vergilerin neler olacağına,

iii. Yabancı para cinsinden yapılan işlemlerde bankaca uygulanacak kurun belirlenme esaslarına,

iv. Kart hamilinin, yapacağı kayıp veya çalıntı bildiriminden önceki 24 saat içinde gerçekleşen hukuka aykırı kullanımdan do-

ğan zararlardan 150 Türk Lirası ile sınırlı olmak üzere sorumlu olacağına, bildirim yapılmaması halinde bu sınırın uygulanmayacağına,

v. Kart hamilinin, kart çıkaran kuruluşa yapacağı bildirimden önceki 24 saat içinde gerçekleşen hukuka aykırı kullanımdan doğan zararlardan 150 Türk Lirası ile sınırlı olmak üzere sorumlu olduğuna,

vi. Hukuka aykırı kullanımın, hamilin ağır ihmaline veya kastına dayanması veya bildirimden 24 saat içinde yapılmaması hallerinde bu sınırın uygulanmayacağına,

vii. Kart hamilinin ilgili sigorta prim bedelini ödemek koşuluyla bildirimden önceki 24 saat içinde gerçekleşen hukuka aykırı kullanımdan doğan zararlar ilgili yasal sorumluluk tutarı için sigorta yaptırılmasını talep edebileceğine,

viii. Kartın ve kartın kullanılması için gerekli şifre bilgilerinin kaybolması veya çalınması halinde banka kartı hamilinin yapacağı bildirimden önceki 24 saatten önce gerçekleştirilen işlemlerden kart hamilinin sorumlu olduğuna,

ix. Kart hamilinin adresinde meydana gelen değişiklikleri, değişiklik tarihinden itibaren 15 gün içinde kart çıkaran kuruluşa bildirmekle yükümlü olduğuna ve adres değişikliğini söz konusu süre zarfında bildirmemesi halinde eski adresine yapılacak bildirimlerin geçerli olacağına,

x. Sözleşmenin sona erme ve fesih şartlarına, ilişkin hükümlerin yer alması zorunludur. Kredi kartı sözleşmelerinde ise yukarıda sayılan hususlara ek olarak,

i. Kart hamilinden talep alınmadıkça kart limitlerinin artırlamayacağına,

ii. Uygulanacak akdi ve gecikme faizi oranlarının Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından belirlenen azami oranların üstünde olmayacağına,

iii. Bileşik faiz uygulanamayacağına,

iv. Nakit kullanımına ilişkin borçlar hakkında, faizin başlama tarihi olarak işlem tarihinin esas alınacağına,

v. Kredi kartı limitinin kart çıkaran kuruluştan inisiyatif dışında kart hamilinin harcamalarıyla aşılması durumunda veya tahsis edilen limitin yüzde 20’sini geçmemesi ve bir sonraki hesap döneminde kapatılması koşuluyla, bir takvim yılında ikiden fazla olmamak üzere, kart limitinde aşım oluşması





İlk defa kredi kartı sahibi olacak bir gerçek kişinin, tüm kart çıkaran kuruluşlardan temin ettiği kredi kartları için tanınacak toplam kredi kartı limiti, 2 yıl için, ilgilinin aylık ortalama net gelirinin iki katını, ikinci ve sonraki yıllar içinse dört katını aşmıyor. Söz konusu gerçek kişi kart hamilinin mevcutta sahip olduğu kredi kartları nedeniyle limitlerinin dolu olması ve bu sırada aynı kart hamilinin başka bir kuruluştan yeni bir kredi kartı talep etmesi durumunda, halihazırda sahip olduğu kart limitlerinin azaltılması ve oluşan limit boşluğunun diğer kuruluştan edinilecek yeni kredi kartına aktarılması gerekiyor...



halinde, aşılan miktara işlem tarihi ile ödeme tarihi arasındaki süre için akdi faiz yürütüleceğine,

vi. Ödenmesi gereken asgari tutarın, kredi kartı limiti 15 bin Türk Lirası'na kadar olan kredi kartları hakkında dönem borcunun yüzde 30'undan; kredi kartı limiti 15 bin Türk Lirası'ndan 20 bin Türk Lirası'na kadar olan kredi kartları hakkında dönem borcunun yüzde 35'inden; kredi kartı limiti 20 bin Türk Lirası ve üzerinde olan kredi kartları hakkında dönem borcunun yüzde 40'undan; yeni tahsis edilen kredi kartlarında ise kullanım başlangıcı tarihinden itibaren 1 yıllık sürenin dolmasına kadar dönem borcunun yüzde 40'undan aşağı olamayacağına ve bankanın bu miktardan az olmamak üzere asgari ödeme tutarını belirleyebileceğine,

vii. Borçlunun temerrüde düşmesinin hukuki sonuçlarına, ilişkin hükümlerin yer alması zorunludur.

Kredi kartı limitlerinin belirlenmesi

Yönetmeliğin 22'nci maddesinin 3'üncü fıkrası uyarınca ilk defa kredi kartı sahibi olacak bir gerçek kişinin tüm kart çıkaran kuruluşlardan temin ettiği kredi kartları için tanınacak toplam kredi kartı limiti, 2 yıl için, ilgilinin aylık ortalama net gelirinin iki katını, ikinci ve sonraki yıllar içinse dört katını aşmıyor. Söz konusu gerçek kişi kart hamilinin mevcutta sahip olduğu kredi kartları nedeniyle limitleri-

nin dolu olması ve bu sırada aynı kart hamilinin başka bir kuruluştan yeni bir kredi kartı talep etmesi durumunda, halihazırda sahip olduğu kart limitlerinin azaltılması ve oluşan limit boşluğunun diğer kuruluştan edinilecek yeni kredi kartına aktarılması şeklinde bir süreç izlenmesini zorunluluk olarak karşımıza çıkarıyor.

Bu kapsamda BDDK tarafından yapılan son değişiklikle, gerçek kişilerin kredi kartı limitlerinin bankalar arasında aktarımının kolaylaştırılması ve belirli kurallara bağlanmasına yönelik düzenlemeler yer alıyor. Buna ilişkin kart çıkaran kuruluşlar ile kart hamilleri arasında yapılmış sözleşmelerde kart hamillerine, tek taraflı bildirimle bazı değişiklikler yapabilme hakkı tanınmış oldu.

Yönetmeliğin 18'inci maddesinin 2'nci fıkrasında "Kart hamili, talep etmek suretiyle kart limiti veya toplam kart limitini azaltmak, kartı iptal ettirmek ve sözleşmeyi feshetmek hakkına sahiptir. Kart limitinin veya toplam kart limitinin azaltılmasına, kartın iptal edilmesine ve sözleşmenin feshine ilişkin kart hamiline yapılan talebin en geç 7 gün içinde kart çıkaran kuruluşça yerine getirilmesi zorunludur" ifadesi yer alıyor.

Ayrıca, kart çıkaran kuruluşlar limit azaltma taleplerini işleme almadan önce, kart hamilinden talebinin ilgili kart limitini veya toplam kart limitini azaltmaya yönelik olduğuna ilişkin açık beyan almak zorunda. ☹

PSM AWARDS İLE HERKES KAZANIYOR!



PSM'nin 10'uncu yılına özel düzenlenen PSM AWARDS, inovatif ödeme sistemleri şirketlerini ödüllendiriyor. Yarışmanın başvuru ücretleri ise TTGV'nin "Yarını İnşa Et" eğitim programına bağışlanıyor..

Ödeme sistemleri endüstrisinde yaratıcılığı teşvik etmek, teknolojiyi geliştirmek, genç girişimcileri desteklemek adına bir sosyal sorumluluk projesi olarak başlatılan PSM AWARDS için başvurular sürüyor.

PSM AWARDS katılımcıları bir yandan ödüller için yarışırken, bir yandan da teknolojiye ve gençlere verdikleri destekle önemli bir sosyal sorumluluk projesine iştirak ediyor. Organizasyon için yatırılan başvuru ücretleri, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı'nın (TTGV) "Yarını İnşa Et" eğitim programına bağışlanıyor. Bu çerçeveden bakıldığında, PSM AWARDS ile herkes kazanıyor.



PSM AWARDS'a pazara sunulmuş, bir veya birden fazla ürün ve/veya hizmetle başvurulabiliyor. Şu ana kadar bankacılık, bilişim ve yazılım sektörlerinden, FinTech şirketleri ve startup'lar arasından yazılımdan donanıma, hizmetten altyapı çözümlerine birçok proje için başvurular toplandı.

31 Ağustos Cuma gününe kadar devam edecek yarışmaya www.psmawards.com üzerinden başvurulabilir.

ÖDÜL TAKVİMİ

Başvuruların alınması	1 Haziran - 31 Ağustos 2018
Finalistlerin belirlenmesi	10 - 14 Eylül 2018
Jüri değerlendirilmesi	24 - 28 Eylül 2018
Ödül töreni	Ekim 2018

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
- Müşteri Odaklılık
- Yılın Startup'ı

WINNER PSM AWARDS

2018

PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

10. yıl ödülleri

Katıl bu ödüle, ışık tut teknolojiyi inşa eden gençlere!

PSM AWARDS Jüri Üyeleri



Dr. A Mete Çakmakçı
TTGV Genel Sekreteri



Doç. Dr. Deniz Tunçalp
İTÜ ARI Teknokent
Genel Müdür Yardımcısı



Mehmet Sezgin
myGini, CEO



Dr. Önder Halisdemir
Türkiye Finans Yöneticileri
Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı



Dr. Özgür Güngör
WBA Global Kurucu Ortak

PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

TTGV
TÜRKİYE TEKNOLOJİ GELİŞTİRME VAKFI

Yarını İnşa Et

GMD
GÜNDEM MEDYA GRUBU

☎ 0212 255 32 92

🌐 www.psmawards.com

✉ gundem@gundemmedyagrubu.com

B K MBANKALARARASI
KART MERKEZİ

KATKILARIYLA

Kartlı ödemeler yılın ilk yarısında yüzde 20 büyüdü

Finansal okuryazarlıktaki artış, kartlı ödemelerin sağladığı avantajlar ve e-ticaret kullanımının yaygınlaşmasına paralel olarak, kartlı ödemeler 2018 yılının ilk 6 ayında yüzde 20 arttı. Yabancı kartlarla ülkemizde yapılan ödemelerse yüzde 67 ile son yıllardaki en büyük artışı gösterdi...

**KART
KULLANIM
BİLİNCİ
ARTIYOR**

troy

TABLO 1

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) 2018 yılının ilk 6 aylık verilerini açıkladı

Kart kullanmanın sağladığı avantajların yanı sıra banka hesabı sahibi nüfustaki artış, artan finansal okuryazarlık ve e-ticaret kullanımı gibi etkilerin de desteğiyle ödemelerde kart kullanımı artışı sürüyor. Kredi kartı ve banka kartı sayıları artarken, yılın ilk yarısında kartlı ödemelerde yüzde 20 büyümeye gerçekleşti.

BKM verilerine göre haziran ayı sonunda Türkiye’de 64.8 milyon adet kredi kartı ve 136.4 milyon adet banka kartı kullanılıyor. 2017 yılının haziran ayıyla kıyaslandığında kredi kartı sayısında yüzde 7, banka kartı sayısında ise yüzde 10 artış görülüyor.

Toplam kart sayısı ise 201 milyonu geçerek, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 9 oranında artış gösterdi.

Kart sayıları (Milyon adet)

	2017 Haziran	2018 Haziran	Değişim
Banka kartı	124.2	136.4	% 10
Kredi kartı	60.4	64.8	% 7
Toplam	184.6	201.2	% 9



Kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)

	2017 Ocak-Haziran	2018 Ocak-Haziran	Değişim
Banka kartı	32	44	% 39
Kredi kartı	285	336	% 18
Toplam	317	380	% 20

TABLO 2

Kartların kullanım alanı genişliyor

Günümüzde vergiden bireysel emeklilik katkı paylarına, taksiden sigorta primlerine, hatta bağışlara kadar hayatın her alanında kartlarla ödeme yapılabilir. Bunun sonucunda para üstü derdini ortadan kaldıran, zaman kazandıran ve nakit taşımaya gerek kalmadan günlük hayatı kolaylaştıran kartlarla ödemeler daha da yaygınlaştı. 2018 yılının ilk 6 ayında kartlarla toplam 380 milyar TL tutarında ödeme yapılırken, bu değer önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 20 büyümeye olduğunu gösteriyor.

EXTRE

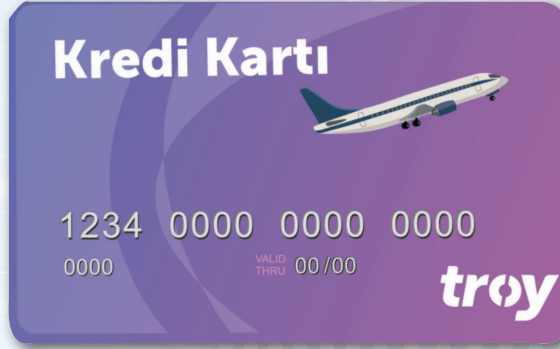
Sektörel kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)

	2017 Ocak-Haziran	2018 Ocak-Haziran	Değişim
Havayolları	6.8	9.1	% 34
Yemek	13.1	16.7	% 28
Akaryakıt istasyonları	28	34.8	% 24
Sağlık/Sağlık ürünleri			
Kozmetik	12.1	15.0	% 24
Giyim ve aksesuar	26.1	31.5	% 21



EXTRE

Kredi Kartı



TABLO 3

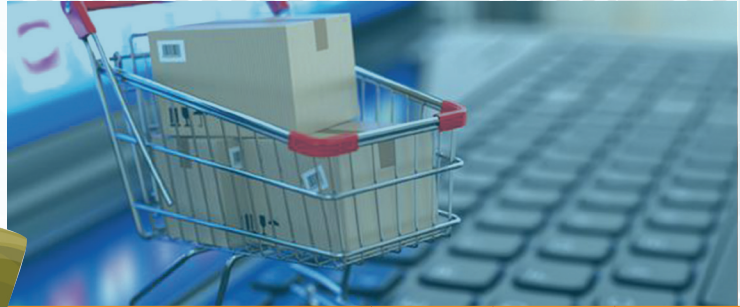
En fazla kartlı ödeme artışı görülen sektör havayolları

Kartlı ödemelerdeki artışın sektörler bazında dağılımı incelendiğinde, 2018 yılının ilk 6 ayında geçen yılın aynı dönemine göre havayolları yüzde 34, yemek yüzde 28, akaryakıt istasyonları yüzde 24, sağlık/sağlık ürünleri/kozmetik yüzde 24, giyim ve aksesuar yüzde 21 ile en fazla artış gösteren sektörler arasında yer aldı.

TABLO 4

Dijitalleşme sürüyor: İnternette yapılan kartlı ödemeler yüzde 37 büyüdü

BKM verilerine göre, internette ödeme alışkanlıklarının her geçen gün artması ve hızlı dijital dönüşümle beraber 2018 yılının ilk 6 ayında toplam 61 milyar TL tutarında internette kartlı ödeme yapıldığı görülüyor. Bu veri 2017 yılının ilk 6 ayıyla kıyaslandığında, internette kartlı ödemelerde yüzde 37 oranında artış dikkat çekiyor. Geçen yılın aynı döneminde toplam kartlı ödemelerin yüzde 14'ünü oluşturan internette kartlı ödemelerin bu yıl payını artırarak yüzde 16'ya çıkardığı görülüyor.



İnternette yapılan kartlı ödemeler (Milyar TL)

	2017 Ocak Haziran	2018 Ocak Haziran	Değişim
İnternette kartlı ödemeler	44	61	% 37
Toplam içindeki payı	% 14	% 16	

Yabancı kartlarla yurtiçinde yapılan ödeme tutarı (Milyar TL)

Yabancı kartlar	2017 Ocak Haziran	2018 Ocak Haziran	Değişim
Kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)	9.5	15.8	% 67
Ortalama kartlı ödeme tutarı (TL)	457	573	



TABLO 5

Yabancı kartlarla yapılan ödeme tutarı ilk 6 ayda 16 milyar TL'ye ulaştı

Yabancı kartlarla yapılan ödemeler incelendiğinde ise yılın ilk yarısında yabancı kartlarla yurtiçinde toplam 15.8 milyar TL tutarında ödeme yapıldığı görülüyor. Bu tutar, önceki yılın aynı döneminde 9.5 milyar TL olan kartlı ödeme tutarıyla kıyaslandığında yüzde 67 büyümeyle son yıllarda gözlenen en büyük artışına işaret ediyor. İşlem başına yapılan kartlı ödeme tutarı ise 457 TL'den 573 TL'ye çıktı.

B K MBANKALARARASI
KART MERKEZİ

KATKILARIYLA

BKM kartlı ödeme endeksi KARTMETRE ilk kez yayınlandı

BKM, kartlı ödemeler sektörünün ve hanehalkı harcamalarının gözlemlenebilmesi için temmuz ayından itibaren kartlı ödemeler endeksinin, Haziran 2018 verilerini de içeren şekilde KARTMETRE adıyla yayınlamaya başladı. 2015 yılı nisan ayını baz alan endeks, nominal ve enflasyondan arındırılmış (reel) olmak üzere aylık olarak paylaşılacak. Toplam kartlı ödeme cirosu üzerinden hesaplanan genel kartlı ödeme endeksinde ek olarak hane halkı harcamalarının daha iyi bir göstergesi olması dolayısıyla "BES ve kamu/vergi hariç yurtiçi bireysel kartlı ödeme endeksi" (hanehalkı kartlı ödeme endeksi) de yayınlanacak.

KARTMETRE ile ilgili ayrıntılı bilgilere BKM web sitesinden erişilebilir.



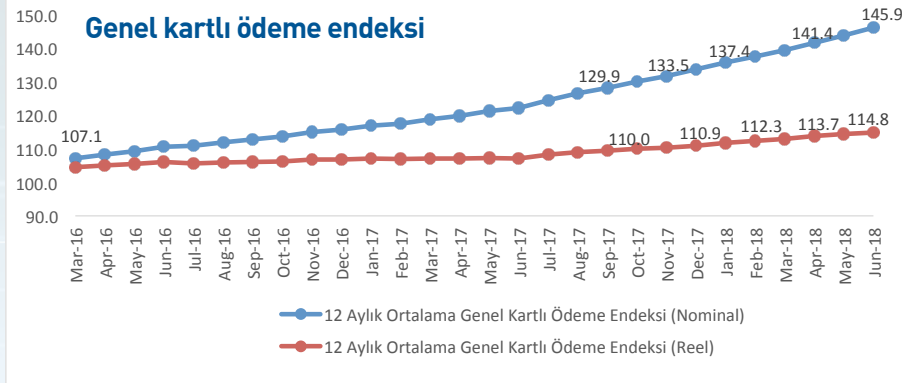
Dr. Soner Canko
Bankalararası Kart
Merkezi Genel Müdürü

"KADINLARIMIZ SAYESİNDE NAKİTSİZ ÖDEMELER TOPLUMU HEDEFİMİZE DAHA HIZLI YAKLAŞACAĞIZ"

Kartlı ödemeler sektörünün ve hanehalkı harcamalarının daha farklı bir pencereyle gözlemlenebilmesi için BKM Kartlı Ödeme Endeksi (KARTMETRE) verilerini bu ay itibarıyla aylık olarak yayınlayacağız. Kayıt dışı ekonomiyi ortadan kaldıran, tasarruf yaratan, finansal verimlilik sağlayan ve tüm bu özellikleriyle toplumsal refahı artıran nakitsiz ödemeler toplumu hedefinin çok önemli olduğunu düşünüyoruz. Bu doğrultuda dünyanın gelişmiş tüm ülkelerinde olduğu gibi Türkiye'de de ödemelerde nakit kullanımı her geçen gün azalıyor. Nakitsiz ödemeler

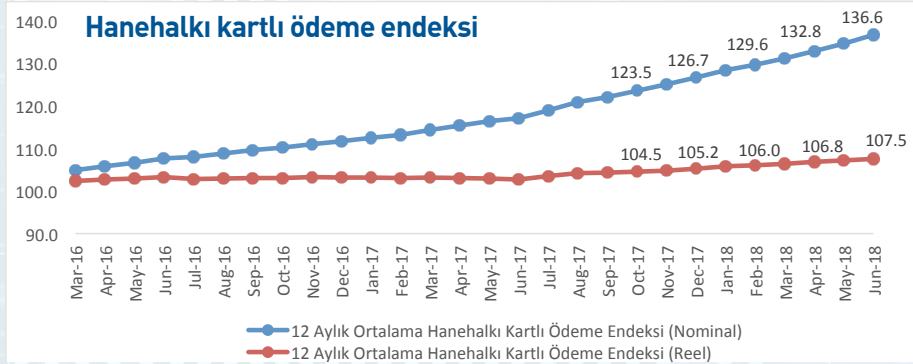
toplumu hedefine ulaşabilmek için ilk olarak finansal kuruluşlarda hesap sahipliğinin artış göstermesi gerekiyor. Dünya Bankası kaynaklarına göre, Türkiye'de 2014 yılında 15 yaş ve üzeri nüfusun yüzde 57'sinin bir finansal hesabı bulunurken, bugün bu oranın yüzde 69 ile dünya ortalamasını yakaladığını görüyoruz. Bu oran 15 yaş üzeri kadın nüfusa oranlandığında, 2014'te yüzde 44'lerde bulunan kadın hesap

sahipliğinin bugün yüzde 54'lere çıktığını fakat bu oranın, yüzde 83 olan erkek hesap sahipliği oranının halen çok gerisinde bulunduğunu görüyoruz. Hesap sahipliğindeki bu güzel gelişimle beraber, halen kadınlarımızın yarısının banka hesabının olmadığı düşünüldüğünde, kadınların finansal erişime daha çok girmeleriyle birlikte nakitsiz ödemeler toplumu hedefine çok daha hızlı yaklaşacağımızı rahatlıkla ifade edebiliriz.



12 aylık ortalama genel kartlı ödeme endeksi

Genel kartlı ödeme endeksinin 12 ay hareketli ortalama gelişimi incelendiğinde, haziran ayında 1 yıl öncesine göre nominal olarak yüzde 19.6, reel olarak ise yüzde 7.3 büyümeye gözlemleniyor.



12 aylık ortalama hanehalkı kartlı ödeme endeksi

Hanehalkı kartlı ödeme endeksinin 12 ay hareketli ortalama gelişimi incelendiğinde, haziran ayında 1 yıl öncesine göre nominal olarak yüzde 16.7, reel olarak yüzde 4.7 büyümeye gözlemleniyor.

EXTRE

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

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

772 - 6298270 TL

IBAN

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.



Operasyon yükünü azaltıp müşteri memnuniyetini artıran chatbot'ların, 2023 yılında bankalara 11 milyar dolarlık tasarruf sağlayacağı öngörülüyor. Juniper Research'e göre, söz konusu teknolojinin bu yıl sonuna kadar bankalara sağlayacağı tasarruf ise 6 milyar doları bulacak...

CHATBOT'lar, 2023'te 11 milyar dolar tasarruf sağlayacak



Teknolojinin son nimetlerinden biri olan chatbot'lar bankacılıktan e-ticarete, sağlıktan perakendeye hemen her alanda kullanılabilir hale geldi. Türkiye'de de İş Bankası, ING Bank gibi yerli ve yabancı bankalar müşterilerine chatbot teknolojisiyle hizmet vermeye başladı. Dünyada kullanım hızı giderek artan chatbot uygulamasıyla ilgili bir araştırma yapan Juniper Research, oldukça çarpıcı sonuçlara ulaşmış... Juniper Research'ün "Chatbot: Bankacılık, E-Ticaret, Pe-

rakende ve Sağlık 2018-2023" adlı raporuna göre, chatbot'ların 2023'te sadece bankalara sağlayacağı yıllık katkı 11 milyar dolara ulaşacak. Raporla, chatbot'ların bu yılın sonuna kadarsa bankalara 6 milyar dolarlık maliyet kazancı sağlayacağı belirtiliyor. Araştırma, chatbot'ların müşteri deneyimini iyileştirme konusunda da önemli rol oynadığını ortaya koyuyor. Bu teknolojiyi kullanan müşteriler hem daha kısa sürede sorunlarını çözüyor hem de bankanın yaptığı yatırımları azaltıyor.

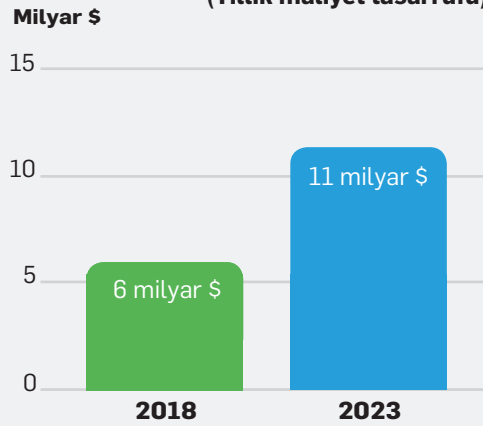
Henüz aksanları anlamıyor

Yapay zeka temelli chatbot uygulaması, bankalara müşteri hizmetleri dışında da çeşitli faydalar sağlıyor. Örneğin Fransız Crédit Mutuel, bir günde bankaya gelen 350 bin kadar e-postanın okunması için bu teknolojiyi kullanıyor. Sistem mailleri okuyor, kategorize edip bazı talepleri yanıtlıyor! Bu sayede banka çalışanları rutin işlerden kurtulup müşterilerine daha fazla zaman ayırabiliyor. Yine bu teknolojiyi kullanan TD Bank Canada'nın Strateji ve İnovasyon Müdürü Urooj Khan, chatbot ve yapay zeka çözümlerinin çalışanlar için inanılmaz derecede faydalı olabileceğini ve içeride verimliliği artırdığını söylüyor. Khan, banka içinde bu alanda yeni bir uygulama için hazırlık yaptıklarını da açıklıyor ama şimdilik herhangi bir ipucu vermiyor...

Rapor, chatbot teknolojisinin yaygınlaşması için daha fazla geliştirilmesi gerektiğine de vurgu yapıyor. Mevcut chatbot uygulamalarının çoğu sadece sabit komut setlerini anlayıp bunlara cevap verebiliyor. Aksanları anlamaması ise çeşitli sorunlara yol açabiliyor. Geliştirilmesi gereken başka bir alan da güvenlik tabii...

Chatbot'lar bankalara ne kadar tasarruf ettirecek?

(Yıllık maliyet tasarrufu)



Kaynak: Juniper, Haziran 2018



DEUTSCHE BANK BİRÇOK İŞLEMDE ISLAK İMZAYI KALDIRIYOR

Alman Deutsche Bank, ABD merkezli Honeywell ile işbirliği halinde şirket sözleşmeleri ve hesap açılışları için kurumsal müşterilerine dijital imza hizmeti vermeye başladı. DocuSign teknolojisinden faydalanan banka, dijital imzaların müşteriyi daha dinamik hale getireceğine ve belge/sözleşme imzalamak için harcanan çabayı ortadan kaldıracağına dikkat çekiyor. Deutsche Bank Global Bankacılık yöneticilerinden Martin Runow, bu yeni hizmetle ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Dijital imzalar tüm yeni müşteri ve sözleşme süreçlerimizi hızlandırıyor. Bu proje, gelişmiş bir müşteri deneyimi yaratma yolunda süreçlerimizi nasıl çok daha iyi bir

hale getirdiğimizin küçük bir örneği oldu." Projeyi geliştiren Honeywell'in temsilcisi Astrid Dubois ise "Deutsche Bank'ın yeni dijital imza hizmeti, bankaların müşterilerine yeni teknolojiler sunmaları konusunda başarılı bir örnek oldu. Bu hizmetle artık modası geçmiş ıslak imza faaliyetlerine güzel bir çözüm sunuluyor" değerlendirmesini yaptı. Deutsche Bank'ın dijital imza hizmetinden şu anda ABD, İngiltere, Almanya, Belçika ve Hollanda'daki kurumsal müşteriler faydalanabiliyor. Hizmetin, gelecek yıl Asya-Pasifik ve Ortadoğu bölgelerindeki müşterilere de sunulması bekleniyor.

UBER'E VENMO İLE ÖDEME SEÇENEĞİ GELDİ

Uber ve Venmo, Amerika'da Uber ve Uber Eats hizmetleri için işbirliği başlattı. Buna göre, ABD'de Uber sistemi üzerinden yolculuk ve yemek siparişi veren kullanıcılar ödemelerini Venmo uygulamasıyla bağlantılı banka ve kredi kartlarıyla yapabilecek. İki şirket arasındaki işbirliğiyle kişiler arasındaki yolculuk ve yemek ödeme paylaşımları çok daha kolay bir hale gelecek. Kullanıcılar yeni özellikle, Venmo üzerinden Uber

yolculuklarını ödediklerinde yine Venmo bildirimlerinde işbirliğine özel emojiyle paylaşım yapabilecek. Söz konusu uygulama, Uber'i, Venmo'nun ilk markalı emoji kullanan şirketi yaptı. Venmo ödeme seçeneği, önümüzdeki günlerde Amerikalı kullanıcılar için Uber ve Uber Eats uygulamalarında kullanılabilir hale gelecek. Ancak özelliğin ABD dışındaki kullanıcılara ne zaman açılacağı konusunda net bir tarih verilmedi.

Cambridge Belediyesi evsizler için temassız uygulama başlattı

Ödeme dünyasının sosyal yönü gittikçe güçleniyor. Sokak müzisyenleri, gazete satan evsizler için geliştirilen uygulamalara bir yenisi eklendi. İngiltere'deki Cambridge Belediyesi, evsizler için temassız ödeme bağı noktaları oluşturduğunu açıkladı. Şehrin farklı noktalarına temassız ödeme noktaları kuran Cambridge Belediyesi, kişilerin kartları veya telefonları aracılığıyla ihtiyaç sahiplerine kolay ve pratik bir şekilde bağış yapmasını sağlıyor. Şehirde 7/24 kullanılacak ödeme noktalarıyla bağış yapmak çok daha basit bir hale gelecek. Belediye Meclisi Üyesi Kevin Price, projenin amacını şöyle özetliyor: "Temassız ödeme terminalleri daha fazla insanın sokakta uyumasını ve evsizlik sorunu yaşamalarını azaltmaya yönelik, iş ortaklarımızla üzerine çalıştığımız yenilikçi bir yöntem."



Singapurlu DBS Bank pazaryeri oldu

Bankalar son yıllarda "acayip" işler yapmaya başladı. Anımsayacaksınız bir süre önce İtalya'da bir banka, şubesinde büyük bir pastane açmıştı. Benzer bir gelişme de Singapur'da yaşandı. Singapur'un önde gelen bankalarından DBS, web sitesi üzerinden ana faaliyet alanı dışındaki çeşitli ürünlerin alışı ve satışı için bir pazaryeri platformu oluşturdu. Kullanıcıların ürün alıp satabildiği platformda şu an için araba, ev ve elektrik kategorilerinde hizmet veriliyor. DBS, yeni platformunda satıcı ve alıcıları bir araya getirirken, ilgili kategorilerde taşıt sigortası, ev kredisi gibi kendi ürünlerini de öne çıkarıyor. DBS'nin yeni pazar yerindeki ürün gamının önümüzdeki günlerde genişletileceği belirtiliyor. DBS Singapur Tüketici Bankacılığı Grup Başkanı Jeremy Soo, "Henüz projenin başında olsak da bunun finansal hizmetler dünyasındaki önemli bir değişimin başlangıcı olacağına inanıyoruz. Singapur'da hem tüketicilerin hem de KOBİ'lerin en önemli destekçisi olarak veri odaklı müşteri araştırmaları yapmak için her sektörün ekosisteminde etkin bir şekilde yer almayı amaçlıyoruz. Bu durum müşterilerimizin satın alma alışkanlıklarını öngörmemiz için bize önemli avantajlar sağlayacak" diyor. ▶



8

2018'DE DOĞANLARIN DENEYİMLEYEMEYECEĞİ ALIŞKANLIK



Çevirmeli telefonları, çağrı cihazlarını, ağırlığı yarım kiloyu geçen cep telefonlarını, walkman'leri 2000'li yıllarda doğanlar tanıyıyor. Teknoloji kullandığımız cihazları, ev eşyalarını hatta giysilerimizi bile değiştiriyor, yeni tanıştığımız bir yenilik kısa bir sürede "demode" olabiliyor.

İşte Dijital ekibi, bu hızlı değişimi finans sektörüne uyarlayarak keyifli bir çalışmaya imza atmış. 2018 yılında doğanların hayatının herhangi bir döneminde yaşamayacağı finansal deneyimleri bir araya getirmiş...

1 Banka hesap defteri

Bir dönemin banka müşterileri için çok değerli olan, kaybetmenin büyük yıkımlar yaratabildiği banka hesap defterlerini, bırakın 2000'liler neredeyse 90'lılar bile göremedi. Uzun zaman önce hayatlarımızdaki aktifliğini yitiren bu yazılı kayıt dokümanını, saygıyla zihnimizin anılar köşesine uğurluyoruz.

2 EFT ve havale ücretleri

Halen bankaların çoğu bu sistemleri kullanıyor. Ancak yeni neslin tercih ettiği finansal kuruluşlar EFT ve havale ücretini ortadan kaldırmaya başladı bile...



3 "Şurdan iki kişi uzatır mısınız?"

Kabul, yeni neslin bunu göremeyecek olması epey üzücü. Uber, BiTaksi gibi hizmetlerin yaygınlaştığı bir gelecekte kimse en arka koltuktan bütün 100 lira gönderip şoförü sinirlendiremeyecek. Akıllı telefonlarımız çoktan yolculuk ücretlerimizi ödemiş olacak. Yaşamımız pratikleşecek ama bizler için selam vermek kadar normal olan bazı cümle kalıplarına veda etmemiz gerekecek.

4 İmza şov

"Şuradaki 178 sayfanın sağ alt köşelerini imzalarsanız kredi kartı işlemlerinizi başlatacağım..." Biyometrik teknolojilerin yaygınlaşmasıyla gelecek nesiller bu tarz bir dertle çok yüksek ihtimalle uğraşmak zorunda kalmayacak.



5 "Çek" onlar için sadece bir millet ismi

Bugün bile varlığı çok belirgin olmayan çek işlemleri, 2018 doğumlarının deneyimleyemeyeceği finans öğeleri arasında yer alıyor. Olur da o günleri görürseniz 2050 yılında 32 yaşında olan birine "çek nedir" sorusunu yönelttiğinizde, kendisinden Euro 2008'deki efsane "Türkiye - Çek Cumhuriyeti" maçının hikayesini bile dinleyebilirsiniz. Elbette onu da bildiği kadarıyla...

6 Kasa kuyruğu sohbetleri

O uzun kuyruklarda ne sohbetler döndü, ne ömürler geçti. Sonunda paranın cepten çıktığı bu kuyruklar da kasasız alışveriş trendiyle tarih olmaya mahkum görünüyor. Bu yıl doğanların bu sıra dışı aktiviteyi yakalama ihtimali de oldukça düşük görünüyor.

7 Para üstü yerine sakız

Gelecekle ilgili çizilen ve bugün ilk izlerini net bir şekilde görebildiğimiz senaryolardan biri de online alışverişin yaygınlaşması ve fiziksel işletmelere ilgini azalması. Ve elbette bunun doğal bir sonucu olarak tüketici ile satıcının birbirini neredeyse hiç görememesi ve diyalog kuramaması. Birkaç neslin efsanesi, bugün hala görebildiğimiz para üstünü sakız olarak ödeme geleneğinin gelecek nesillere hiçbir şey ifade etmeme ihtimali bir hayli yüksek görünüyor.

8 Pazar alışverişleri

Pazara çıkmak, sadece bir alışveriş türü değil aynı zamanda bir meditasyondur. Taze sebze ve meyvelerin kokuları arasında gezinmek, üstelik bunları oldukça uygun fiyatlarla satın almak insan bünyesine çok iyi gelir. Ancak yine online alışverişin yaygınlaşması, AVM'lerin çoğalması ve Getir, KapGel benzeri servislerin sayıca artması



gibi nedenlerle bu yıl doğan neslin bu keyfi yaşamaması oldukça zor görünüyor. Büyük AVM'lerin, haftanın belirli günlerinde kurulan mahalle pazarlarını gölgede bırakması zaten yeni bir olay değil. ☹

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

BİZ
BÖYLE
GEZER
BÖYLE
ÖDERİZ.



- Tüm Dünyada Geçerli
- Güvenilir ve Kolay
- Yenilikçi

troyodeme.com

[TroyOdeme](#) [TroyOdeme](#) [troy_odeme](#) #sağaltköşe

troy[®]