



Türkiye, dijital bankacılıkta EMEA şampiyonları arasında

Her alanda müşteri tercihlerinin ve önceliklerinin hızla değiştiği ve geliştiği günümüzde, finans dünyası da bu değişimden ve dönüşümden en çok etkilenenlerden ve hatta bu akıma dijitalleşmenin sağladığı avantajlarla öncülük eden sektörlerden biri olarak karşımıza çıkıyor.

İlkay Çakır

Uzman
Pazarlama ve Araştırmalar
Deloitte Türkiye

Dünyada geleneksel şube bankacılığı yerini hızlı adımlar ile dijital bankacılığa bırakıyor. Artık bankacılık denildiğinde akla dijitalin geldiği zamanlardayız ve Türkiye de bu alanda öncü ülkelerden

Finans ekosisteminin en büyük oyuncularını olarak bildiğimiz başta bankalar ve Fintech kuruluşları, dijital dönüşüme liderlik etmek ve bu sayede kendilerine pazarda rekabet avantajı sağlamak için hızlı bir yarışın içinde. Avrupa Birliği'nin "Payment Service Directive" olarak 2009'da birincisi ve 2013 yılında ikincisini yürürlüğe soktuğu ödeme hizmetleri kanunu verimli, hızlı, güvenli ve rekabetçi bir ödeme piyasasını amaçlarken, aynı zamanda yeni start-up'ların ve Fintech kuruluşlarının pazara dahil olmasını da kolaylaştırmıştır.

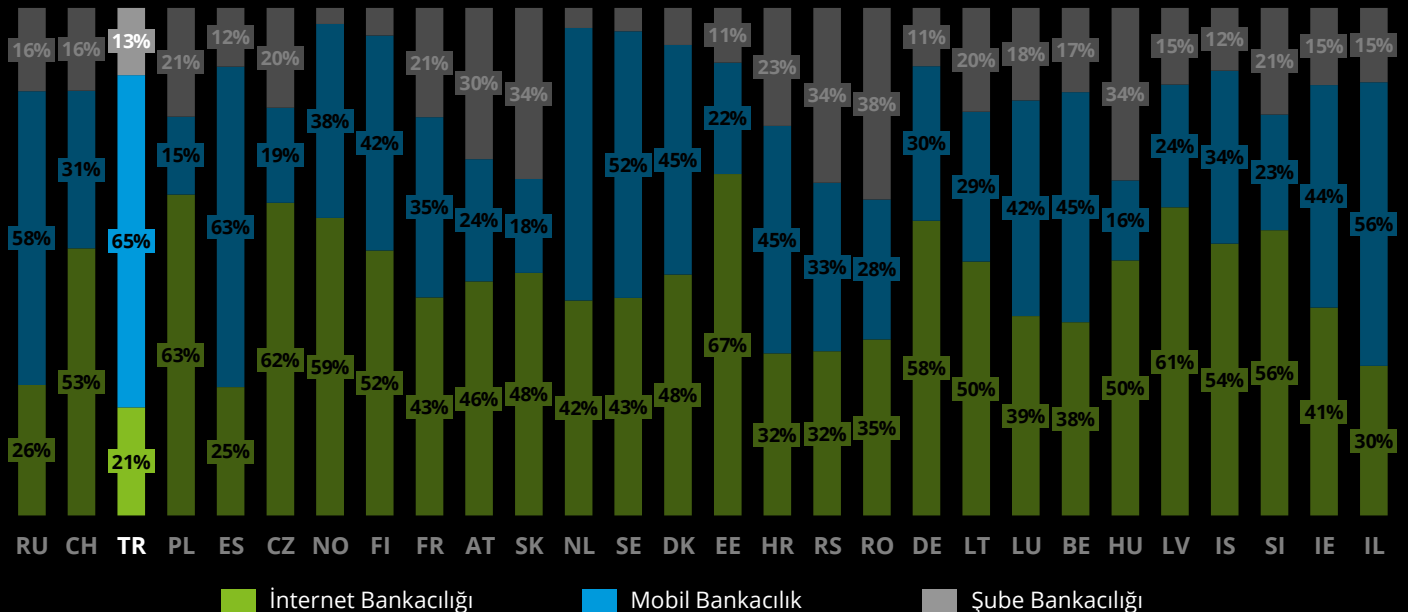
Bu temelde işleyen süreç geleceğin olmazsa olmazı "açık bankacılık" kavramını da oluşturmuştur. Açık bankacılık ile kullanıcılardan izin alınmasını takiben, kullanıcıların daha önce gerçekleştirdikleri finansal ve dijital davranışları üçüncü partilerle (Fintech'ler) paylaşarak, kullanıcıların finansal ürün ve hizmetler arasında karşılaştırma yapabilmeleri ve birden fazla bankada hesabı olan kişilerin tek bir platform üzerinden tüm finansal bilgilerini yönetebilmeleri sağlanacaktır. Yani finans ekosistemi genişledikçe ve yeni oyuncular pazara dahil oldukça bankacılığın yeni dönemine bir kapı açılmaktadır. Bu durum da, yeni iş modellerinin oluşmasını hızlandırmıştır. Bankalar API (uygulama arayüzleri)

sayesinde üçüncü tarafların imkanlarını kendi hizmetlerine entegre etme fırsatını daha çok bularak inovasyon maliyetlerini dijitalden ve yenilikten asla geride kalmadan hatta bunlara öncülük ederek düşürmeyi başarmakta ve kullanıcıların eğilimlerini analiz ederek ihtiyaçlarına uygun yeni hizmetler sunma fırsatı yakalamaktadır. Kullanıcıların yalnızca kullanan değil, talep eden, yeniliği isteyen ve dönüşümün bir parçası olduğu günümüz koşullarında bankalar ve Fintech kuruluşlarının gerçekleştirdikleri iş birlikleri, hem finans ekosistemine hem de ayrı ayrı bu ekosisteme dâhil olan kuruluşlara büyük avantajlar sağlamaktadır.

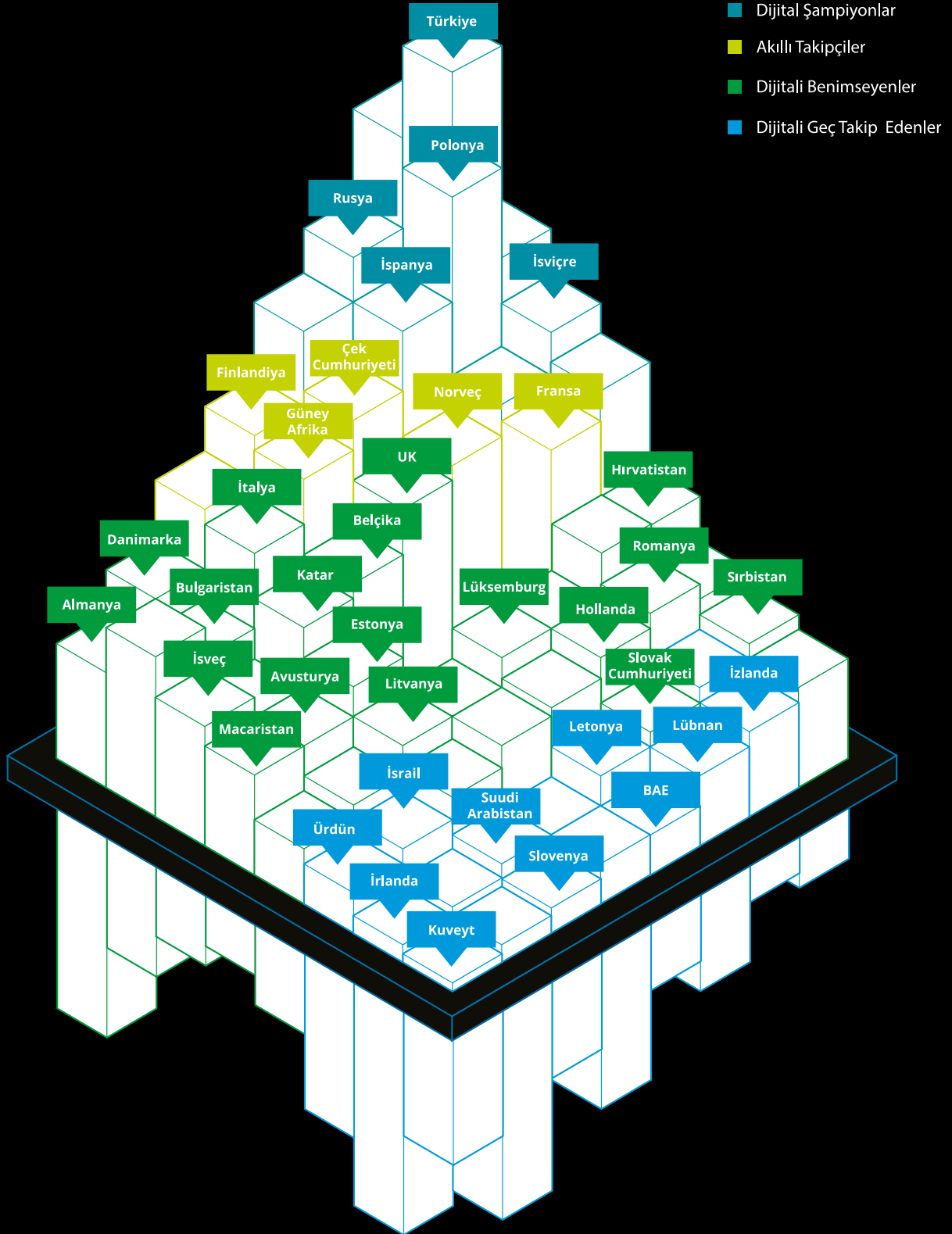
Dijital bankacılık denince...

Aslında dijital bankacılık denince akla gelenlerden ziyade bankacılık dendiğinde akla dijitalin geldiği zamanlardayız. Dünyada geleneksel şube bankacılığı yerini hızlı adımlar ile dijital bankacılığa bırakmaktadır. Bunun bir kanıtı olarak, Deloitte'un EMEA Bölgesi'ni kapsayan Dijital Bankacılık Olgunluğu Araştırması'nın sonuçları gösterilebilir. EMEA Bölgesi'nde 38 ülkeden, 238 banka ve 10 Fintech kuruluşunun incelendiği araştırma, geleneksel bankacılık hizmetlerinin yerini dijital bankacılığın aldığını göstermektedir.

Kanal bazında genel müşteri tercihi



Dijital Bankacılık Olgunluğu EMEA Genel Ülke Sıralaması



Araştırmanın sonuçlarına göre EMEA Bölgesi'ndeki kullanıcılardan %82,4'ü bankacılık hizmetleri için artık dijital kanalları tercih etmektedir. Dijital kanallar ayrı ayrı incelediğinde ise bankacılık hizmetlerini internet bankacılığı aracılığıyla gerçekleştirenlerin oranı %45,5, işlemlerini mobil bankacılık üzerinden yürüttüğünü ifade edenlerin diyenlerin oranı ise %36,9 olarak ortaya çıkmaktadır.

Türkiye özelinde bakıldığında ise sonuçlar; %65 oranında mobil bankacılığın tercih edildiğini, %21 oranında internet bankacılığının ikinci alternatif olduğunu ve sadece %14'lük bir kısmın günlük işlemler için şube bankacılığının kullandığını göstermektedir. Türkiye'de internet bankacılığının mobil bankacılığın gerisinde kalmış olması sonucu, dijitalleşmenin de kısa süreler içinde değiştiğini, dönüştüğünü ve her ne şekilde olursa olsun hayatımıza nüfuz ettiğini kanıtlamaktadır. Bu sonuçlar ile bağlantılı bir diğer çıkarım ise, kullanıcı tercihlerinin pazarı yönlendirmede sahip olduğu kilit önem olarak söylenebilir. Kullanıcı tercihlerine ve alışkanlıklarına en iyi şekilde cevap vererek pazardaki rekabet şansını arttırmak isteyen finans kuruluşlarının da yatırımlarını bu çerçevede şekillendirdikleri görülmektedir.

Türkiye, dijital bankacılık ve gelecek...

Uzun vadede başarılı olmak her alanda olduğu gibi finans dünyasında da şu ana en iyi şekilde adapte olmakla ve geleceği tahmin etmekle mümkün olabilir. Deloitte'un araştırması, kullanıcıların dijitalle yüksek oranda adapte olduklarını gösterirken, çıkan diğer sonuçlar da Türkiye'deki bankaların dijital dönüşümde EMEA Bölgesi'nde öncülüğü üstlendiğini ve 38 ülke arasından ilk beşte yer alarak "dijital şampiyon" olduğunu göstermektedir. Peki, dijitalleşen dünyada şampiyon olabilmek için neler gerekiyor? İlk aşama geleneksel bankacılık hizmetlerinin dijitalle aktarılması olarak karşımıza çıkıyor. Hesap açma,

para transferi, kur takibi, yatırımlar, hesapların yönetimi gibi temel bankacılık işlemlerinin dijitalle geçişi hem verim, hem zaman açısından büyük bir artı. Türkiye tam da bu geleneksel bankacılık hizmetlerinin dijitalleşmesi noktasında Rusya'nın ardında ikinci sırada ve dijital şampiyonlardan biri olarak yer alıyor. Bankacılık hizmetlerinin dijitalleşmesi, EMEA Bölgesi'nde %40 oranında iken, Türkiye'de bu oran %51 ile katılımcı 38 ülke ortalamasının üzerinde yer alıyor.

Dijital şampiyon olabilmek için diğer bir gereklilik de kullanıcı beklentilerini iyi seviyede karşılayabilen. Aslında bu biraz bankaların var olan durumu iyi analiz edip doğru yatırımlarla desteklemesiyle mümkün. Dijitalle yapılan yatırımlar ile kullanıcıların yarın ne isteyeceğini bugünden öngören ve sistemini bu beklentiler etrafında şekillendirenler şampiyon olma yolunda bir aşamayı daha başarılı bir şekilde tamamlamış olacaktır. Aksi takdirde, şampiyonların ardından gelen takipçileri, "dijital geç benimseyenler" ya da "dijital geç takip edenler" olarak adlandırılmaları kaçınılmaz.

Gelenekselin dönüşümü ve beklentilerin karşılanması yanında kullanıcıya sunulan deneyim de şampiyon olabilmek için bir diğer kriter olarak ortaya çıkmaktadır. Dijitalle beraber kullanıcı deneyimi dönemi de başlamış oldu. Dijital teknolojilerden faydalanarak müşterilerinin alışkanlıkları ve satın alma geçmişleri gibi verileri analiz eden bankalar, kullanıcılara önerilerde bulunabilmekte ve bu yaklaşım da, hedefe odaklı bir aksiyon olduğu için iyi bir kullanıcı deneyimi sağlamaktadır.

Her geçen gün değişen ve dijitalleşen finans dünyasında yarının dijital şampiyonları -ki bunlara artık sadece 'bankalar' demek mümkün değil-; geleceğe kendilerini en iyi şekilde hazırlayan, kendilerini çeşitli platformlara dönüştürebilenler olacaktır.

Her geçen gün değişen ve dijitalleşen finans dünyasında yarının dijital şampiyonları -ki bunlara artık sadece 'bankalar' demek mümkün değil-; geleceğe kendilerini en iyi şekilde hazırlayan, kendilerini çeşitli platformlara dönüştürebilenler olacaktır.

Raporun tamamına buradan ulaşabilirsiniz.

