

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

Sayı: 174 / Fiyatı: 150 TL EKİM 2025



Sigorta sektöründe
verimlilik ve
büyümenin adresi:

Payten Ödeme Orkestrasyonu

Burak Kutlu
Payten Türkiye
Ülke Lideri

2025, fintekler için
filtre yılı oluyor!



Dijital banka yarışı
yeni “katılımlar”
ile kızışıyor

Mastercard PSM Awards
2025 için geri
sayım sürüyor

Son başvuru tarihi:
31 EKİM

ISSN: 2148-8983



9 772148 898306

Onur Faydacı

Mastercard Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü

**“Bankalar ve finteklerle
el ele Türkiye’yi bir inovasyon
merkezinine dönüştürüyoruz”**

SİNOVASYON = Sinerji + İnovasyon

Finansal dünyanın geleceği bu sahnede yazılıyor!



Türkiye'nin ilk inovasyon odaklı ödöl programına başvurular başladı!

Peki ya siz, geleceğe hazır mısınız?

Başvurmak İçin Son Gün

31 Ekim 2025

Ödöl Töreni

9 Aralık 2025

İş Kuleleri Konser Salonu, Levent İstanbul

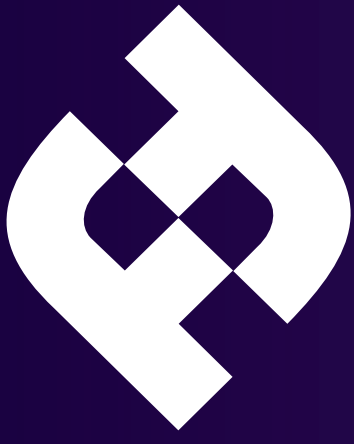
Başvuru ve İletişim

psmawards.com | psm@psmmag.com



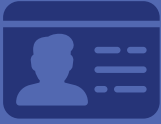
PSM
AWARDS

#sinovasyon



fraud.com

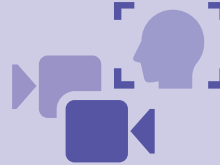
Güvenli Bankacılık için İhtiyacınız Olan Herşey



Kimlik
Tespiti



Uzaktan Müşteri
Edinimi



Video
KYC



E-KYC



Deepfake
Tespiti



İşlem
İzleme



Şüpheli İşlem
Tespiti



Operasyon
Yönetimi



Malware
Tespiti



Cihaz
Parmak İzi



Veri Sızıntısı
Tespiti



mastercard Partner



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



Abonelik için: psm@psmmag.com

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



Abone olmak için aşağıdaki bilgileri psm@psmmag.com adresine iletiniz.

Ad Soyad:

Adres ve Fatura Bilgileri:

Posta Kodu:

Şehir:

Tel:

Ödeme Bilgileri

YILLIK ABONELİK BEDELİ

- | | |
|-------------------------|-----------|
| 1 Dergi aboneliği..... | 12.000 TL |
| 2 Dergi aboneliği | 14.000 TL |
| 3 Dergi aboneliği | 15.000 TL |

Erişim Medya Radyo Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş.'nin
Hesap IBAN
772 - 6298270 TL TR54 0006 2000 7720 0006 2982 70
Banka / Şube GAR/ CUMHURİYET CD/TAKSİM

Abonelik bilgilerinizi, ödeme dekontunuzla birlikte psm@psmmag.com adresine iletiniz.



Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com



Her seferinde ölümü gösterip sıtmaya razı etmek mi gerekiyor?

“Değerli üreticimiz, ÇKS başvurularınızda beyan ettiğiniz ürünlerin tamamı Uzaktan Algılama ve Uydu Takip Sistemleri ile tespit edilecektir. Beyanları uyuşmayan üreticilerimiz destekten faydalanamayacaktır. Herhangi bir mağduriyet yaşamamanız adına beyanlarınızı doğru veriniz...”

Senetlerde karekod dönemi başlayacak, böylece sahtecilik tarihe karışacakmış. İlgili düzenlemenin 11. Yargı Paketi kapsamında ekim ayında Meclis gündemine geleceği yönünde haberler çıktı. Söz konusu düzenlemeyle senetlerde karekod ve filigran zorunluluğu başlayacakmış. Böylece belgelerin gerçekliği anında kontrol edilebilecek, sahte senet mağduriyetlerinin önüne geçilecekmış... Mahkeme kararı olmaksızın, MASAK'ın anlık takip yaparak, şüpheli gördüğü işlemler nedeniyle banka hesaplarına bloke koyabilmesi için de bir mevzuat çalışması olduğu konuşuluyor. Bu söylenti üzerine, sosyal mecralarda yayın yapan bazı “ekonomistler”, insanlara “bir an önce kayıt dışına çıkın” çağrısı yapıyor. Bilginize...

Yeni rayiç değerlerle emlak vergilerinin bazı yerlerde 5 hatta 10 kata kadar artacağı da sosyal medyanın popüler tartışma konuları arasında. Bu konuda ilgili mercilerden net bir açıklama gelmediği için spekülasyonlar artarak sürüyor... Emekli ama çalışan bir gazeteciyim. Senetle sepetle işim olmaz. Piyangodan para çıkmadığı sürece, hesaplarımda MASAK tarafından takibe alınacak bir para trafiği olacağını da sanmıyorum.

Ancak girişte yer verdiğim, İlçe Tarım Müdürlüğü'nün gönderdiği mesaj beni yakından ilgilendiriyor. Hangisi hobi hangisi gerçek işim dersiniz net bir yanıt veremem ama gazeteciliğin yanı sıra naçizane çiftçilik de yapıyorum. Müdürlük, girişteki mesajı göndermeden önce TÜİK'in tarım sayımı çalışması için ankete çağırılmıştı. “Sayıma katılmamanız halinde TÜİK tarafından 61.060 TL idari para cezası uygulanacaktır” notuyla birlikte... Koşa koşa gittim ve ne ekip biçiyorsak hepsini kalem kalem, metrekafe metrekafe anlattım.

61.060 TL cezayı neye göre hesapladılar, katılmasaydım gerçekten de ceza kescekler miydi bilemiyorum. Mutlaka katılmayanlar olacaktır. Bakalım ne olacak? Elbette bu tür düzenlemelerin hepsi vatandaş “kümesteki kaz” olarak görüp yapılmıyor. Ancak genelde “ölümü gösterip sıtmaya razı etme” taktiği kullanılıyor ki bu da bir süre sonra etkisini yitirmeye başlıyor. Bizim gibi sistem dışına çıkmayanlar ise vadesi dolmadan vergisini, borcunu ödüyor; çağırıyor duyar duymaz araştırmalara, anketlere katılıyor... Biraz dağınık oldu, umarım merakımı anlatabilmişimdir. Keyifli okumalar.

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

İMTİYAZ SAHİBİ

Kayhan Öztürk

kozturk@psmmag.com

YAYIN YÖNETMENİ

Barış Bekar

bbekar@akilliyasamdergisi.com

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Abdullah Çetin

acetin@psmmag.com

EDITÖRLER

E. Esin Gedik

esin.gedik@gmail.com

Berrin Vildan Uyanık Bekar

buyanik@akilliyasamdergisi.com

Özlem Bayburs

obayburs@akilliyasamdergisi.com

REKLAM & REZERVASYON

bbekar@akilliyasamdergisi.com

GÖRSEL TASARIM

Yücel Asırlık

yucelasirlik@gmail.com

YAYINCI ŞİRKET

Şirket Ünvanı

Erişim Medya Radyo Televizyon ve Dergi Yayıncılık A.Ş.
Osmanağa Mah. Hasircıbaşı Cad. Hasircıbaşı Apt.
No:15/3 Kadıköy/İstanbul Tel: 0216 550 10 61/62

BASKI

PLUSONE Basım Matbaa Ambalaj ve Reklam San. Tic. Ltd.
100. Yıl Mah. Massit Matbaacılar Sit. 3. Cadde No: 221
34204 Bağcılar / İstanbul 0212 544 58 20
www.plusonebasim.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 yazıların yazarlarının sorumluluğundadır.

İÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • EKİM 2025

6 Yapı Kredi ve Koçtaş'tan ustalara özel kredi kartı

14 "Bankalar ve finteklerle el ele Türkiye'yi bir inovasyon merkezine dönüştürüyoruz"

20 Formica AI Risk Orkestrasyon Platformu ile Dinamik Müşteri Risk Değerlendirmesi

22 Sigorta sektöründe verimlilik ve büyümenin adresi: Payten Ödeme Orkestrasyonu



24 "UPTION'ın 163 farklı milletten müşterisi var!"

27 Semt pazarları Ozan - Pazarpos iş birliğiyle dijitalleşiyor

28 Garanti BBVA, eylülde 4 yeniliği birden duyurdu

31 Moka United, İngiltere'de ödeme kuruluşu satın aldı

32 2025, fintekler için filtre yılı oluyor!

36 Dijital banka yarışı yeni "katılımlar" ile kızışıyor

42 Veri merkezlerini değer merkezlerine dönüştürmenin tam zamanı!



44 "Pazarlama değişimi anlatmakla yetinmemeli, onu yaşatmalı"



47 Smart-i Awards 2025 ödülleri sahiplerine kavuştu, sırada Mastercard PSM Awards var!

48 X kuşağını ihmal edenler hayal kırıklığına uğrayabilir!

Ödeme Deneyiminde Yeni Bir Zirve: Propay P1000 ECR



Android 13
İşletim Sistemi



4G ve Wi-Fi ile Hızlı
ve Kesintisiz İletişim



5 inç HD Renkli
Dokunmatik Ekran



2.0 GHz CPU,
4 Çekirdek



Geniş Hafıza
3 GB RAM, 32 GB ROM



Yüksek Güvenlik
PCI PTS 6.x



Android
Yazar Kasa POS

**Propay
P1000 ECR**



Yenilikçi ve ileri
teknoloji ürünleriyle
40 yıldır ödeme
sistemlerinin öncüsü

propay
ödeme teknolojileri

0850 222 72 72

www.propay.com.tr



/propaytr

► Yapı Kredi ve Koçtaş'tan ustalara özel kredi kartı

Yapı Kredi, Koçtaş ile güçlerini birleştirerek, Koçtaş Ustabilir Kulübü'ne özel kredi kartını hayata geçirdi. Kulübe üye olan ustalara sunulan kredi kartı, hem avantajlı kampanyaları hem de prestijli marka iş birlikleriyle ustaların ihtiyaçlarını karşılamayı hedefliyor.

Koçtaş Ustabilir kredi kartı sahipleri, Koçtaş'ın yanı sıra Arçelik, Beko, LC Waikiki, Opet, Aygaz ve CarrefourSA gibi markalardan yapacakları harcamalarda puan kazanabilecek ya da özel indirimlerden faydalanabilecek. Ustaların işlerini kolaylaştırmak ve alışverişlerinde maksimum fayda sağlamak amacıyla geliştirilen kart sayesinde ustalar, anlık bildirimler, kolay ödeme seçenekleri ve kişiye özel kampanyalarla da desteklenecek.

Yapı Kredi Genel Müdür Yardımcısı Serkan Ülgen, yeni kartla ilgili şu bilgileri paylaştı: "Koçtaş ile başlattığımız iş birliği sayesinde Türkiye'nin dört bir yanında emek veren ustaları çeşitli avantajlarla destekleyeceğiz. Yeni kartımız sayesinde ustaların alışveriş deneyimlerini kolaylaştırır-



ken kazançlarını da artırarak ekonomimize değer katmayı amaçlıyoruz. Koçtaş Ustabilir kredi kartına başvurular, Koçtaş Ustabilir Usta Kulübü üyeliği olan ustalar tarafından kolayca yapılabilir. Kartın sunduğu ayrıcalıklar, Yapı Kredi Mobil ve World Mobil üzerinden de takip edilebiliyor." Koçtaş Genel Müdürü Oğuzkan Şatıroğlu da "Ustabilir uygulamamızla 541 bin müşteri, 136 bin usta ve top-

lamda 677 bin üyeye ulaştık. Ayrıca 4 bin 500'ü aşkın ustamız Ustabilir Usta Kulübü aboneliğiyle birçok ücretsiz ve üyelere özel hizmetten faydalaniyor. Yapı Kredi ile başlattığımız iş birliği kapsamında da ustalarımıza alışverişlerinde ek avantajlar sunarken, işlerini büyütme ve sürdürülebilir şekilde desteklenmelerine katkı sağlamaktan büyük mutluluk duyuyoruz" dedi.

Dgpays'in yeni CEO'sunun CV'si göz kamaştırıyor

Dgpays, üst yönetiminde önemli bir atama gerçekleştirdi. 1 Eylül 2025 itibarıyla Nandan Mer, Grup CEO'su olarak göreve başladı. Ödeme sistemleri, tüketici finansmanı ve kurumsal bankacılık alanlarında 35 yılı aşkın uluslararası deneyime sahip olan Mer; stratejik büyüme, yeni pazar geliştirme ve finansal hizmetlerde yenilikçi çözümler alanlarındaki uzmanlığıyla biliniyor. Mer, kariyeri boyunca American Express, Citigroup, United Bank for Africa, Mastercard gibi birçok küresel finans kuruluşunda üst düzey yöneticilik yaptı. Asya, Avrupa, Afrika ve Orta Doğu'da birçok başarılı iş büyüme ve dönüşüm projesine liderlik etti. Dgpays'e katılmadan önce Mer, Dubai merkezli Network International'da Grup CEO'su ve iştiraklerin Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yapıyordu. Dgpays kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Serkan Ömerbeyoğlu, atamay-



la ilgili şu açıklamayı yaptı: "Nandan Mer'in uluslararası finans ve ödeme sistemleri alanındaki derin tecrübesinin Dgpays'in global büyüme hedeflerine önemli katkılar sağlayacağına inanıyoruz. Dgpays olarak güçlü teknolojik altyapımız ve yenilikçi

yaklaşımımızla yalnızca Türkiye'nin değil bölgenin de en önemli fintek şirketlerinden biriyiz. Mer'in liderlik vizyonuyla yeni pazarlarda büyümemizi hızlandırarak şirketimizi çok daha güçlü bir noktaya taşıyacağına güvenimiz tam."

KURUM ÖDEMELERİNİZİ VANA İLE YAPIN NAKİT AKIŞINIZI ETKİN YÖNETİN

Vergi, SGK, Gümrük, İcra, Fatura ve diğer kurum ödemelerinize taksitlendirme ve opsiyonlama imkânı sunan nakit yönetim hesabı VaNa ile nakit yönetiminizi kolaylaştırın, ticari hayatınıza yön verin.

VakıfBank, daima sizinle.



*İster hesap, ister kart
şeklinde kullanım.*

**Vergi, SGK, Gümrük, İcra,
Fatura ve diğer kurum ödemeleri**



VakıfBank

► Maximum Kart, EuroLeague'de Visa iş birliğiyle yer alacak

Türkiye İş Bankası'nın kredi kartı markası Maximum, EuroLeague'in 2025-2026 sezonu için turnuvasının resmi ödeme partneri Visa ile iş birliği yaptı. Anlaşma dolayısıyla İstanbul Levent'teki İş Kuleleri'nde düzenlenen basın toplantısına İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Sezgin Lüle ve Visa Türkiye Genel Müdürü Samile Mümin'in yanı sıra eski basketbolcu İbrahim Kutluay ve spor yorumcusu Kaan Kural da katıldı. Moderatörlüğünü Deniz Aksoy'un üstlendiği etkinlikte, katılımcılar basketbol ve EuroLeague üzerine sohbet yaptı.

Maximum Kart ve Visa iş birliği kapsamında, EuroLeague'e özel kampanyalar ve etkinlikler düzenlenecek. Bu kampanyalar, ilk kez kart alacaklara ve mevcut kart sahiplerine yönelik planlanıyor.

Toplantıda İş Bankası'nın bireysel ve toplumsal gelişime katkı sağlama amacıyla satrançtan bisiklete, yelkenden tenise uzanan yelpazede sporun değişik branşlarına ve spor etkinliklerine destek verdiğini hatırlatan Sezgin Lüle, yeni iş birliğiyle ilgili şu değerlendirmeyi yaptı:

"Maximum ile Avrupa erkekler profesyonel basketbolunun zirvesi olan EuroLeague'de Visa ile iş birliği yapmaktan mutluluk duyuyoruz. Visa ile süregelen güçlü ortaklığımızın küresel alandaki önemli adımlarından biri olan bu iş birliğiyle izleyicilerin sahadaki heyecanına ortak olacak, sunduğumuz yenilikçi, hayatı kolaylaştıran ve birçok ilkleri içeren ödeme deneyimlerini, milyonlarca taraftarın nefesini tutarak takip ettiği EuroLeague'e taşıyacağız. EuroLeague'e özel kampanyalar ve etkinliklerle müşterilerimizle daha yoğun etkileşim kurmayı hedefliyoruz."

Visa olarak turnuvasının resmi ödeme partnerliğini 2025-2026 sezonunda Maximum Kart ile sahalara taşıdıklarını dile getiren Samile Mümin de "Sporun birleştirici gücüne inancımızla hem dünyada hem de Türkiye'de birçok önemli spor organizasyonuna destek veriyor, güvenli ve hızlı ödeme çözümlerimizle taraftarların yalnızca oyunun



heyecanına odaklanmasına katkı sağlıyoruz. Bu heyecanın bir parçası olmaktan büyük mutluluk duyuyoruz ve bütün takımlara başarılar diliyoruz" değerlendirmesini yaptı.

Emre Tamci, MPS Ödeme Kuruluşu Genel Müdürü oldu

Fintek sektörünün yeni oyuncularından MPS Ödeme Kuruluşu, yönetim kadrosunu güçlendirmeye devam ediyor. Şirketin yeni Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi olarak Emre Tamci göreve başladı. Emre Tamci liderliğinde MPS Ödeme Kuruluşu'nun dijital ödeme sistemleri alanındaki büyümesini hızlandırması ve sektördeki yenilikçi çözümlerle fark yaratması bekleniyor. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından kısa süre önce faaliyet izni alan MPS, yalnızca ödeme aracı



kabulüyle sınırlı olmak üzere hizmet sunma yetkisine sahip. Tamci, yeni göreviyle ilgili "MPS ailesine katılmaktan büyük mutluluk duyuyorum. Türkiye'nin dijital ödeme ekosistemine katkı sağlamak ve kullanıcı deneyimini en üst seviyeye taşımak için çalışacağız" ifadelerini kullandı.



Emre Tamci

Hoppa ile Eğitim Ödemeleri Sadece Bir Link Kadar Uzak!

Hoppa ile ödeme linkini oluştur.
WhatsApp, SMS veya e-posta ile gönder.
Müşterin linke tıklasın, kartıyla ödesin.

YILLIK AİDAT
YOK!

İŞLEM BAŞI
ÜCRET
YOK!

ÜYELİK
ÜCRETİ
YOK!

LİNK İLE ÖDE

İnternet sitesi ya da fiziki POS
cihazına gerek olmadan
ödemelerini almak için
hemen Hoppa'ya başvurun.



ÖZEL BALE
OKULU

ÖZEL
İNGİLİZCE DERSİ

SERAMİK
KURSU

hoppa
Powered by Elekse

Hoppaaaaa dediğin anlarda
Hoppa yanında!
www.hoppa.com.tr

► Turuncu Genç Hesap'ta "Hoş Geldin Faizi" için süre sınırı yok



Tuğçe Bora Kılıç

ING, gençlere günlük yüksek faiz sunan "Turuncu Genç Hesap"ı hayata geçirdi. 18-27 yaş arasındaki gençlere sunulan hesap, 250 bin liraya kadar koşulsuz, her zaman geçerli "Hoş Geldin Faizi" ile birikim yapmayı sağlıyor.

Hesapla gençler, günlük faizle vade beklemeden kazanıyor, istedikleri zaman hesaplarına para yatırıp çekebiliyor. Böylece gençlerim birikimleri esnekliğini korurken, değerlenmeye devam ediyor.

Hesap, 18. yaş gününden başlayarak 27. yaşın dolumuna kadar kullanılabilirken, gençlerin finansal alışkanlıklarını güçlendirmelerine destek oluyor, birikim yapmalarına imkan tanıyor.

ING Mobil'den açılabilen hesapta 250 bin liraya kadar birikimi olan gençler, dijital kanallardan yapacakları EFT, havale ve FAST işlemlerini ücretsiz yapabiliyor.

ING Türkiye Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Tuğçe Bora Kılıç, Turuncu Genç Hesap'ın çıkış amacı ve sağladığı avantajlar hakkında şu bilgileri paylaşıyor:

"Gençlerin finansal sağlıklarına katkı sağlamayı önemsiyoruz. 2011'den bu yana yayınladığımız 'Türkiye Tasarruf Eğilimleri Araştırması'nın son çeyrek sonuçlarına göre, 18-24 yaş arası gençlerde tasarruf sahipliği oranı yüzde 32. Bu oranın daha yüksek olması gerektiğini düşünüyoruz. Banka olarak inovatif ürünlerle tasarruf alışkanlığını destekliyoruz. Haziran ayında hayata geçirdiğimiz Türkiye'nin Z kuşağına özel ilk yatırım fonu da bu vizyonu yansıtıyor. Gençlere sunduğumuz ürün gamını şimdi de Turuncu Genç Hesap ile genişletiyoruz. Bu hesapla gençler, hayatını yaşarken paraları köşede beklemiyor, günlük olarak yüksek faizle değer kazanıyor. Üstelik EFT, havale ve FAST işlemleri de ücretsiz."

Paygo'nun dümenine Tolga Yalnız geçti

Paygo Finansal Teknoloji Hizmetleri, yönetim kadrosunda önemli bir değişikliğe gitti. Şirket, Genel Müdürlük görevine deneyimli yönetici Tolga Yalnız'ın atandığını duyurdu. Yalnız, sektördeki derin tecrübesi ve stratejik vizyonuyla Paygo'nun dijital ödeme çözümlerinde daha güçlü bir konuma ulaşmasına katkı sağlamayı hedefliyor. Şirket yönetimi, söz konusu atamayı Paygo'nun büyüme stratejileri doğrultusunda önemli bir adım olarak nitelendirdi. Lisans eğitimini Boğaziçi Üniversitesi İşletme bölümünde tamamlayan Tolga Yalnız, MBA derecesini de yine aynı üniversiteden aldı. Çoğunluğu uluslararası şirketlerde olmak üzere iş geliştirme, proje yönetimi, ticaret, pazarlama gibi departmanlarda üst düzey yöneticilik yapan Yalnız'ın danışmanlık deneyimi de bulunuyor.



Tolga Yalnız



Nitelikli yatırımcılara özel

Bankacılık Sektörü

Hisse Senedi Serbest

Fon (HSYF)

Bankacılık sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin ortaklık paylarına yatırım yapabilir, fon alım satım işlemlerinizi Yapı Kredi Mobil'den ve tüm bankalardan gerçekleştirebilirsiniz. Yapı Kredi Portföy uzmanlığıyla şimdi önde olma sırası sizde.

Detaylı bilgi için: yapikrediportfoy.com.tr

 **YapıKredi**
Portföy Yönetimi

► DenizBank, Emirates NBD hissedarlığındaki 6'ncı yılını kutladı

DenizBank, Emirates NBD (ENBD) hissedarlığındaki 6'ncı yılını Tersane İstanbul'da düzenlenen iş dünyasının önemli isimlerinin katıldığı özel bir davetle kutladı.

ENBD Başkan Vekili ve DenizBank Yönetim Kurulu Başkanı Hesham Abdulla Al Qassim, Emirates NBD Group CEO'su Shayne Nelson ve DenizBank Genel Müdürü Recep Baştuğ ev sahipliğinde düzenlenen davette, bankayla iş dünyasının Türkiye ile Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'daki potansiyel iş birliklerine yönelik fırsatlar ele alındı.

DenizBank'ın önümüzdeki dönem hedefinin uluslararası arenada iş dünyasının güvenilir partneri haline gelmek olduğunu belirten Recep Baştuğ, "Emirates NBD ile



Türkiye'nin büyük ve en başarılı özel bankalarından biri olma vizyonu ile yol alıyoruz. Hissedarımız, 2023-2025 yılları arasında ülkemizde toplam 28 milyar dolar tutarında işleme aracılık etmiş, Türkiye ile çok yakın çalışan

bir kurum. Önümüzdeki dönemde, Emirates NBD'nin uluslararası gücüyle DenizBank'ın yerel gücünü birleştirecek, uluslararası arenada da ülkemizin önde gelen firmalarını destekleyeceğiz" dedi.

Girişimcilik ekosistemi için stratejik iş birliği

DenizBank'ın yeni nesil işbirliği NEOHUB ile Teknopark İstanbul, girişimcilik ekosistemi desteklemek amacıyla iş birliği başlattı. Bu kapsamda, girişimlerin hızlı ve sürdürülebilir şekilde büyümelerini destekleyecek mentörlük, iş geliştirme ve destek programları sağlanacak. NEOHUB ve Teknopark İstanbul çatısı altındaki girişimciler, karşılıklı mentörlük ağları aracılığıyla bilgi ve tecrübe aktarımında bulunabilecek. Yatırımcılar ve kurumlar dahil, ekosistemin bütün önemli aktörleriyle iş ortaklığı fırsatlarından faydalanabilecek. İş birliği protokolü, Teknopark İstanbul'un finansal teknolojiler odaklı uydu kuluçka merkezi Cube Ümraniye'de Teknopark İstanbul Genel Müdürü Prof. Dr. Abdurrahman Akyol ve NEOHUB Genel Müdürü Gürhan Çam'ın katılımıyla imzalandı. Girişimleri Türkiye'nin güçlü teknoloji ekosisteminin değer üreten aktif parçaları haline getirmeyi hedeflediklerini vurgulayan Çam, iş birliğiyle ilgili şu açıklamayı yaptı: "Teknopark İstanbul, özellikle savunma sanayisine yaptığı katkılar ve bu alandaki uzmanlığı



ile ülkemizin önemli teknoloji merkezlerinden biri. Finans sektörü de teknolojinin ayrılmaz bir paydaşı konumunda. İş birliğimiz sayesinde girişimlerimizin büyümesini desteklemekle kalmıyor, onları ihtiyaç duydukları doğru paydaşlarla buluşturarak ülkemize katma değer sağlayacak ölçeklere ulaştırmayı hedefliyoruz." Prof. Dr. Akyol da "NEOHUB ile oluşturduğumuz sinerji sayesinde,

Teknopark İstanbul çatısı altındaki girişimleri finansal teknolojiler başta olmak üzere birçok sektörde daha güçlü hale getirmeyi amaçlıyoruz. Bu kapsamda girişimlerimize daha rekabetçi olmaları, hızlı bir şekilde büyümeleri ve uluslararası pazarlara açılmaları için finansal desteğe ulaşma imkanı sağlayacak, kapsamlı mentörlük programlarımızla yol göstereceğiz" ifadelerini kullandı.

Bütünleşik Finans Sağlayıcı

1. [Bütünleşik Finans] 2. [Sağlayıcı]

1. Finansal ürün ve hizmetlerin, finansal olmayan ürün ve iş modellerine sorunsuz şekilde uçtan uca entegre edilmesidir.

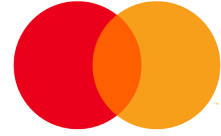
2. Param ♥

PARAM

param.com.tr

©2025, TURK Elektronik Para A.Ş.
tüm hakları saklıdır.

“Bankalar ve finteklerle el ele Türkiye’yi bir inovasyon merkezine dönüştürüyoruz”



Onur Faydacı
Mastercard Türkiye ve Azerbaycan
Genel Müdürü

Mastercard’ın Doğu Avrupa, Ortadoğu ve Afrika bölgesi için stratejik bir merkez olarak konumlandığı Türkiye’de geliştirilen çözümler, 12 ülkeye ihraç ediliyor. Mastercard Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü Onur Faydacı, “Türkiye’deki vizyonumuz, bir ödeme teknolojisi sağlayıcılığından çok daha ötede; kayıtlı, güvenli ve dijital bir ekonomi için yol açmak. Bu vizyonumuz, finansal kapsayıcılığı artırırken aynı zamanda Türkiye’nin bölgesel finans merkezi olma hedefiyle doğrudan örtüşüyor” diyor...

Ödemeler açısından bakıldığında, Türkiye’yi “bir kredi kartı ülkesi” olarak nitelendirmek yanlış olmaz. Kartlı ödemeler için birçok standardı pek çok ülkeden önce benimseyen, birçok yeniliği geliştirip ilk kez hayata geçiren ülke konumundayız. Hatta “kartlarla taksitli alışveriş ve sadakat programlarını biz icat ettik” desek yeri var... Kuşkusuz Türkiye’nin kartlı ödemelerdeki öncü konumunda Mastercard gibi ödeme teknolojisi devlerinin büyük katkısı var. Üstelik bu tür yeniliklerin geliştirilip ülkemizde kullanıma sunulmasıyla sınırlı kalmıyor, dünyaya ihraç edilmesi için köprü görevi de üstleniyorlar. Yeni finansal teknolojiler ödeme yöntemlerini de değiştirip dönüştürüyor. Klasik kartlı ödeme yöntemleri

yerini fütüristik yeni kullanıcı deneyimlerine bırakıyor. Mastercard gibi ödeme teknolojisi şirketleri de bu değişim ve dönüşüme ayak uydurmak, merkezinde kalabilmek için sürekli kendilerini yenileyip geliştiriyorlar. Mastercard Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü Onur Faydacı ile bu değişim ve dönüşüm ekseninde ödemelerin evrimini, Mastercard'ın konumunu konuştuk...

Mastercard'ın Türkiye ödeme sistemleri ve finansal teknolojiler sektöründeki konumunu, yıllar içinde ulaştığı seviyeyi, sektöre ve ekonomiye sağladığı katkıları veriler eşliğinde paylaşabilir misiniz?

Öncelikle küresel ölçekte ödeme sistemleri, yapay zekâ tabanlı e-ticaret ve güvenlik çözümlerinden dijital cüzdanlara, açık bankacılıktan B2B ödemelere kadar hızla yeniden şekilleniyor. Türkiye, bu dönüşümü yalnızca takip eden değil; hız ve adaptasyon açısından birçok gelişmiş pazarı geride bırakan bir ülke konumunda. Güçlü bankacılık altyapısı, regülasyonların inovasyona alan açan yapısı ve teknolojiye yatkın genç nüfusuyla ülkemiz, küresel ödeme teknolojileri ekosisteminde öne çıkan bir merkez konumunda.

Bu gelişim rakamlarla da net biçimde görülüyor. Ticaret Bakanlığı'nın E-ticaretin Görünümü Raporu'na göre, Türkiye'de e-ticaret hacmi 2024 yılında yüzde 61.7 artarak 3 trilyon TL'yi aştı. İşlem sayısı ise 5 milyar 910 milyon adet olarak gerçekleşti. E-ticarete kullanılan ödeme yöntemleri incelendiğinde yüzde 66 ile kartlı ödemeler ilk sırada yer alıyor.

Kartlı ödemeler tarafında ise Türkiye, Avrupa'nın en hızlı büyüyen pazarlarından biri. Temmuz 2025 sonu itibarıyla BKM verilerine göre, 2.16 trilyon TL tutarında 1.8 milyar adet kartlı ödeme işlemi gerçekleşti. Mağaza içi yapılan her 5 kartlı ödemeden 4'ü temassız gerçekleşti. Toplam kart sayısı ise 456.7 milyon adede ulaşarak geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 11 artış gösterdi.

Mastercard Türkiye, bu dönüşümün yalnızca bir parçası değil; aynı zamanda sektöre yön veren bir aktörü. İstanbul ofisimiz, Mastercard Doğu Avrupa, Orta-doğu ve Afrika bölgesinde stratejik bir merkez konumunda. Türkiye'nin bu geniş coğrafyanın en büyük e-ticaret pazarına sahip olması, burada geliştirdiğimiz çözümleri 12 ülkeye ihraç ederek Türkiye'yi finansal teknolojilerde bir inovasyon üssü haline getiriyor.

Katma değerimizin en önemli boyutlarından biri de danışmanlık gücümüz. Danışmanlık ekibimiz, veriyi stratejiye dönüştürerek bankalarımızın ve iş ortaklarımızın rekabetçiliğini artırıyor. 2025'te birçok stratejik projeyi ve Türkiye çapında birçok pazarlama servisini hayata geçirdik. Bu projeler, yapay zekâ tabanlı e-ticaret yol haritalarından uçtan uca dijital cüzdan uygulamalarına kadar uzanan geniş bir kapsamda finansal kurumların dijital dönüşümünü hızlandırıyor. Mastercard'ın Türkiye'deki vizyonu, bir ödeme teknolojisi sağlayıcılığından çok daha ötede; kayıtlı, güvenli ve dijital bir ekonomi için yol açmak. Bu vizyonumuz, finansal kapsayıcılığı artırırken aynı zamanda Türkiye'nin bölgesel finans merkezi olma hedefiyle doğrudan örtüşüyor.

“ 2025'te birçok stratejik projeyi ve Türkiye çapında birçok pazarlama servisini hayata geçirdik. Bu projeler, yapay zekâ tabanlı e-ticaret yol haritalarından uçtan uca dijital cüzdan uygulamalarına kadar uzanan geniş bir kapsamda finansal kurumların dijital dönüşümünü hızlandırıyor. ”



TAP ON PHONE, AYLIK 10 MİLYON İŞLEM ADEDİNE ULAŞTI

Türkiye, ödeme sistemlerine kazandırdığı yenilikçi ürün ve hizmetlerle küresel düzeyde öncü ülkeler arasında yer alıyor. Ancak kredi kartlarının ülkemize özel sağladığı kolaylıklar ve avantajlar nedeniyle de olsa gerek, farklı alanlardaki birçok yeniliğin yeterince yaygınlaşmadığı dikkat çekiyor. Mastercard'ın bu konuya bakışını ve atılabilecek adımları değerlendirebilir misiniz?

Türkiye, ödeme sistemlerinde dünyada öncü ülkelerden biri olmayı büyük ölçüde erken olgunlaşmış kredi kartı pazarına borçlu. Kartlı ödemeler, yalnızca alışverişin değil; taksit, puan, kampanya ve farklı avantajlarla tüketicinin gündelik hayatının ayrılmaz bir parçası haline geldi. Bu durum, bir yandan güçlü bir penetrasyon avantajı yaratırken, diğer yandan da farklı ödeme yöntemlerinin yaygınlaşmasını doğal olarak zamana yayan bir etki doğuruyor.

Mastercard olarak biz, bu tabloyu sağlıklı bir evrim süreci olarak görüyoruz. Kart ekosisteminin gücünü korurken, tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap veren yeni nesil çözümleri erişilebilir kılmak için çalışıyoruz. Dijitalleşmenin yaygınlaşması ve daha kapsayıcı hale gelmesi adına inovasyon ve teknoloji odaklı yatırımlarımız hızla devam ediyor.



Bu kapsamda, TR Karekod uygulamasını Masterpass altyapısı altında yaygınlaştırıyor ve katma değerli hizmetlerimizle güçlendirerek, e-ticaret alanında sağladığımız güvenli ve sürtünmesiz kullanıcı deneyimini fiziksel ödemelere de taşıyarak cüzdan uygulamalarının daha aktif kullanılmasını destekliyoruz.

Ayrıca, Tap on Phone çözümümüz sayesinde POS cihazına veya ilave farklı bir cihaza ihtiyaç duymadan akıllı telefonlar üzerinden ödeme alınmasını mümkün kılıyoruz. Bugün bu uygulamalarımızın yüklü olduğu 800 bini aşkın terminalle entegre bankalarımızla birlikte aylık ortalama 10 milyon işlem gerçekleştiriyoruz. Bu ölçek, tüketici tarafında güven ve kolaylığın ne kadar kritik olduğunu, iş yeri tarafında ise erişilebilirliği inovasyonu hızlandırdığını gösteriyor.

TOKENİZASYON VE QR TABANLI ÇÖZÜMLER YAYGINLAŞACAK

Türkiye’de yeni ödeme teknolojilerine yaklaşımı nasıl değerlendiriyorsunuz? Mastercard’ın önümüzdeki dönemde Türkiye’ye getirmeyi planladığı başka yenilikler var mı?

Teknoloji tabanlı ve ihtiyaçlara temas eden çözümler, ödeme güvenliği ve kullanıcı deneyiminde yepyeni standartlar belirliyor. Türkiye’de yeni teknolojilere ilgi oldukça yüksek. Özellikle tüketici tarafında güven ve kolaylık beklentisi, iş dünyasında ise operasyonel verimlilik ve hız ihtiyacı bu çözümlere yönelik talebi artırıyor.

Örneğin tokenizasyonun, ödeme ekosisteminin geleceğinde kilit bir rol oynayacağına inanıyoruz. Bankalar ve teknoloji ortaklarımızla birlikte bu altyapının yaygınlaştırılması için yoğun şekilde çalışıyoruz. Tokenizasyon, ödeme süreçlerinde güvenliği ve kullanım kolaylığını artırarak, finansal hizmetlere erişimi daha geniş kitleler için mümkün kılıyor.

Önümüzdeki dönemde hedefimiz, Türkiye’deki kredi kartı penetrasyonunun sağladığı güçlü zemini korurken, QR tabanlı çözümlerden dijital cüzdanlara ve akıllı telefon tabanlı ödeme kabul modellerine kadar uzanan çok kanallı bir ödeme deneyimini tüm paydaşlarla buluşturarak ülkemizin küresel öncülüğünü daha da pekiştirmek.

DOLANDIRICILIKLA MÜCADELE, KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ FİNANSAL ÇÖZÜMLER, RİSK YÖNETİMİ

Başta güvenlik olmak üzere veriye dayalı yapay zekâ çözümlerinizi ve bu alanda ekosistemi güçlendirmeye yönelik adımlarınızla ilgili bilgi verebilir misiniz?

Yapay zekâ ve makine öğrenimi, dünyada ve finansal hizmetler sektöründe önemini artırırken, Mastercard’ın veri işleme ve güvenliği sağlama süreçlerinde de merkezi bir rol oynuyor. Bu teknolojiler, dolandırıcılıkla mücadele, kişiselleştirilmiş finansal çözümler ve risk yönetimi gibi alanlarda önemli inovasyonlar sunmamıza olanak tanıyor.

Siber güvenlik alanında da önemli adımlar atıyoruz. Türkiye’de bankaların, her geçen gün dijital tehditlerle daha fazla karşı karşıya kaldığını göz önüne alarak, siber güvenlik alanında dünyada sadece finansal hizmetler sektöründeki öncü kurumları değil aynı zamanda devletleri de koruyan bir satın alım gerçekleştirdik. Recorded Future’ı 2.65 milyar dolara satın aldık. Küresel çapta Mastercard ağında oluşan dolandırıcılıkla alakalı metrikler ve Recorded Future istihbarat verilerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulan yeni ürünümüz Mastercard Threat Intelligence’ı lanse ettik. Siber güvenlik ürünlerimizin yaygınlaşması kapsamında Redington ile de distribütörlük anlaşması imzaladık.

Dolandırıcılıkla mücadelede, yapay zekâ ve makine öğrenimi algoritmalarıyla, milyonlarca işlemi gerçek zamanlı analiz ederek şüpheli faaliyetleri tespit ediyoruz. Mastercard’ın yapay zekâ tabanlı dolandırıcılık tespit sistemleri, geçen yıl dünya genelinde yaklaşık 160 milyar işlemi konumu, sıklığı ve geçmiş davranışlar gibi parametreleri ön plana alarak inceledi, anormallikleri belirleyerek potansiyel dolandırıcılık faaliyetlerini hızla işaretledi.





Brighterion yapay zekâ platformumuz, müşteri segmentlerini belirleyerek düşük dolandırıcılık oranlarına sahip grupları tespit ediyor ve bu sayede daha doğru ve kişiselleştirilmiş finansal çözümler sunuyor. Ayrıca, Masterpass platformundaki işlemlerin güvenliği için yapay zekâ tabanlı uygunsuz işlemleri önden tahminleme yapabilen teknolojimizi Türkiye'ye getirdik ve işlemlerin güvenlik skorunu bankalarımıza ve üye işyerlerimize sağlamaya başladık. Günlük 1 milyondan fazla işlemi analiz edip içgörü sağlıyoruz.



Yapay zekâ, müşterilerin harcama alışkanlıklarını analiz ederek onlara özel teklifler ve öneriler sunmamıza olanak tanıyor. Dijital platformlarda kişiselleştirme sağlayan platformumuz Dynamic Yield'i Türkiye'de canlıya aldık. Yine kampanyaların başarısını artırmak üzere doğru test ve kontrol gruplarının oluşturulmasında akıllı çözüm sunan platformumuz Test & Learn, Türkiye'de kullanılmaya başladı. Böylelikle, bankalara kampanya başarı oranlarının artırılmasında ve performans ölçümlemesinin doğru yöntemlerle yapılmasında destek sunuyoruz.

Danışmanlık hizmetlerimizle de finansal kuruluşlara yapay zekâ stratejilerinin belirlenmesinde ve doğru çözümlerle güvenilir ve hızlı şekilde hayata geçirilmesinde destek sağlıyoruz.

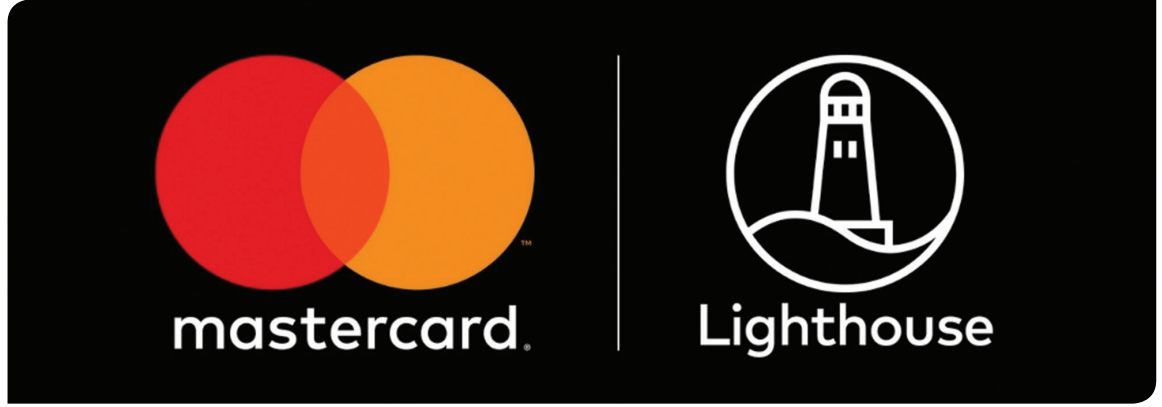
“ Mastercard'ın yapay zekâ tabanlı dolandırıcılık tespit sistemleri, geçtiğimiz yıl dünya genelinde yaklaşık 160 milyar işlemi konumu, sıklığı ve geçmiş davranışlar gibi parametreleri ön plana alarak inceledi, anormallikleri belirleyerek potansiyel dolandırıcılık faaliyetlerini hızla işaretledi. ”

MASTERCARD LIGHTHOUSE, TÜRK STARTUP'LARI GLOBALE TAŞIYOR

Bankalar ve ödeme teknolojisi şirketleri, finteklerle rekabet etmek yerine iş birliği, ortaklık ya da satın alma yöntemlerini tercih ediyor. Bu açıdan Mastercard Türkiye'nin fintek şirketlerine, startup'lara bakışını, bu alandaki girişimlerle ilişkisini değerlendirebilir misiniz?

Fintekler ve startup'lar, ödeme ekosistemine dinamizm ve yenilikçi çözümler kazandırıyor. Biz Mastercard Türkiye olarak onları rakip değil, ekosistemin değerli iş ortakları olarak görüyoruz. Bu nedenle farklı programlarımızla fintekleri destekliyor, hızlandırma ve mentorluk fırsatları sunuyoruz. Ortak ürün ve hizmet geliştirme konusunda bankalarla ve finteklerle köprü görevi üstleniyoruz. Bu yaklaşımımız sayesinde hem





tüketicilere hem de işletmelere daha güvenli, daha hızlı ve daha yenilikçi çözümler sunabiliyoruz.

Hem açık bankacılık düzenlemelerinin hayata geçmesinde hem de fintek ekosisteminin hızla büyümesinde regülasyonların da destekleyici rolü önemli. Açık bankacılık için atılan adımlar, fintek girişimlerinin önünü açtı. Kişisel finans yönetimi, finansal karşılaştırma platformları, dijital cüzdanlar, süper uygulamalar gibi birçok yenilikçi hizmet bu sayede hayatımızda önemli yer edindi. Hatta biz de bu alanda bir adım atarak, Mastercard Lighthouse girişim hızlandırma programımızı Türkiye’de de geçen yıl başlattık. Programla ülkemizdeki startup’ların global pazarlara erişimini

sağlıyoruz. Bir hızlandırma programının çok ötesinde olan Lighthouse ile aralarında bankalar, yatırımcılar, girişimciler, girişimcilik danışmanları bulunan 30 binden fazla paydaşımıza erişimi mümkün kılıyoruz. Ödemeler alanındaki kritik bilgi ve çözümlerimizi paylaşıırken, danışman ekibimizle de stratejik bakış açısı ve saha tecrübemizle destek sağlıyoruz.

İkinci yılında Mastercard Lighthouse Türkiye programı, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası’nın (EBRD) Star Venture programıyla ortaklık kurdu. Bu ortaklık sayesinde Türkiye’deki girişimler mentorluk, daha geniş bir ağa erişim ve önemli etkinliklere katılım gibi gelişim fırsatlarına sahip olacak.

YAPAY ZEKÂ, KART TASARIMINA DA EL ATTI!



Mastercard, yapay zekâyı kart tasarımı için de kullanıyor. Onur Faydacı, kart ihraç eden kurumların kart tasarımlarını oluşturma ve kullanıma sunma şeklini dönüştüren yenilikçi bir platform olarak nitelendirdiği Mastercard AI Card Design Studio hakkında da şu bilgileri paylaşıyor:

“Bu platform, Mastercard’ın

marka ve kart üretimindeki uzmanlığından yararlanarak, üst düzey tasarım yetenekleri kazandırıyor. Kullanıcılar, logolarını ve ürün detaylarını yükleyebiliyor, yapay zekâ destekli tasarım özelliklerini kullanabiliyor, ihtiyaçlarına göre özelleştirebiliyor ve marka uyumlu tasarımları anında indirebiliyor. Eskiden haftalar

süren işlemler artık dakikalar içinde tamamlanabiliyor. Bu da pazara giriş sürelerini kısaltırken, daha fazla yaratıcı esneklik ve duygusal etki sağlıyor. Mastercard AI Card Design Studio platformunun bir sonraki aşamasında, bankalar tüketicilere ve küçük işletmelere kendi kart tasarımlarını oluşturma olanağı sunacak.”

Kasko, Sağlık ve Trafik Sigortalarında Peşin Fiyatına **Taksit Avantajları!**

Kasko ve
sağlık
sigortalarında

Trafik
sigortasında

TAKSİT

TAKSİT

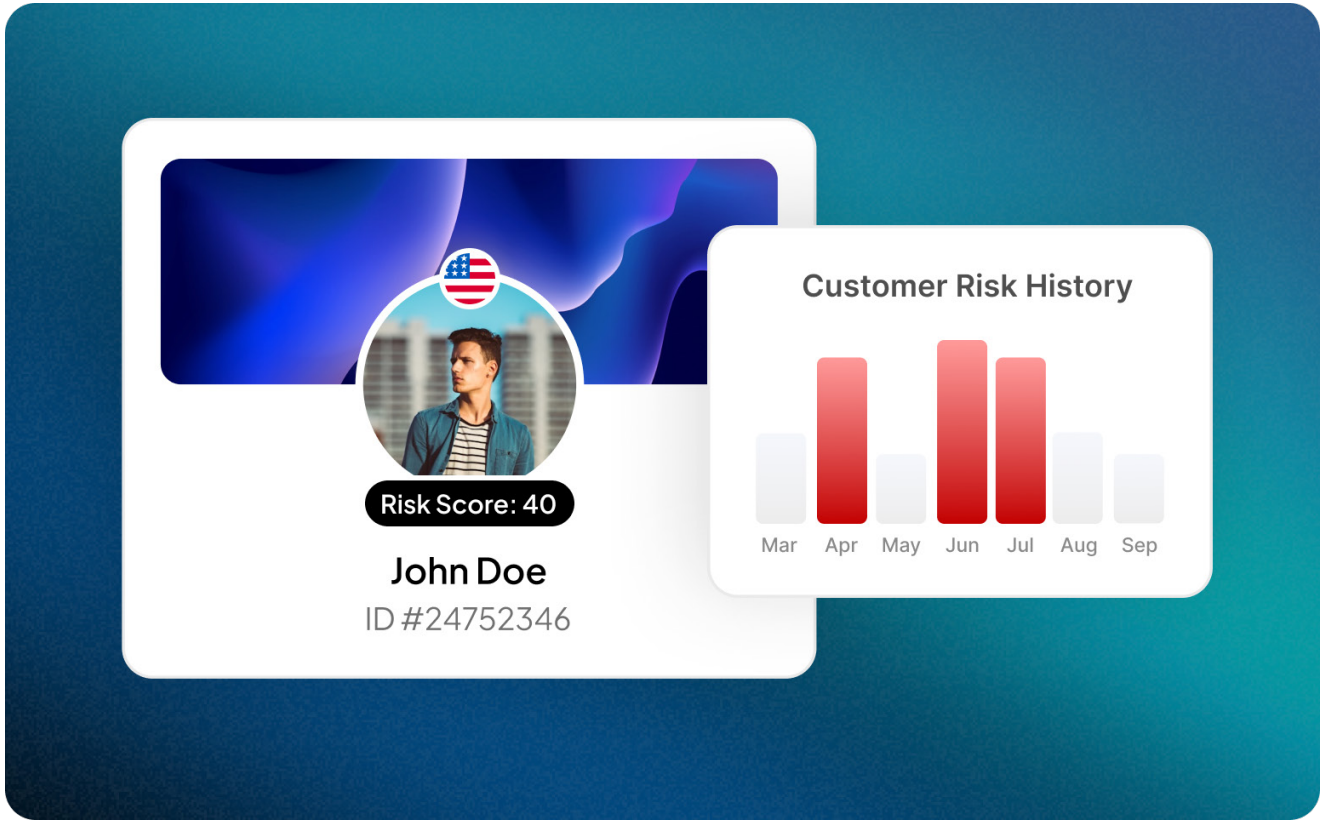


Detaylı bilgi için
QR kodu okutun.

#SigortanızBiziz

0850 202 20 20
turkiyesigorta.com.tr

 **TÜRKİYE SİGORTA**
Gücü, adında.



Formica AI Risk Orkestrasyon Platformu ile Dinamik Müşteri Risk Değerlendirmesi

Formica AI, yapay zekâ destekli risk orkestrasyon platformu ile şirketlerin dolandırıcılık tespiti & önleme, AML (kara para aklamayı önleme), KYC (müşteri tanıma), işlem izleme ve iç denetim süreçlerini tek merkezden yönetmelerine olanak tanıyor.

Bankalar, ödeme ve e-para şirketleri, e-ticaret, seyahat & biletleme, BNPL (şimdi al, sonra öde), sigortacılık, dijital ve mobil oyun gibi farklı sektörlerde faaliyet gösteren kurumlar, Formica AI'nın bütünsel yaklaşımı sayesinde risk süreçlerini daha etkin şekilde yürütebiliyor.

Platformun önemli bileşenlerinden biri olan Dinamik Müşteri Risk Değerlendirmesi, müşteri edinim aşamasından itibaren devreye giriyor ve şirketlerin müşterileriyle ilk temas anından itibaren doğru risk analizleri yapmasına olanak tanıyor.

Müşterinin tüm yaşam döngüsü boyunca risk profili sürekli güncelleniyor ve değişen davranışlara göre dinamik olarak yeniden şekilleniyor. Kurum içi veriler (geçmiş işlemler, KYC skorları vb.) ve dış kaynaklardan elde edilen bilgiler (örneğin Kredi Kayıt Bürosu

verileri) bir araya getirilerek gelişmiş bir risk skoru oluşturuluyor. Şirketler, özelleştirilebilir algoritmalar sayesinde kendi ihtiyaçlarına uygun risk profilleri geliştirebiliyor. Böylece klasik KYC (müşteri tanıma) ve CDD (müşteri durum tespiti) yöntemlerinin ötesinde daha bütünsel bir yaklaşım mümkün hale geliyor.

Formica AI'nın kurucusu ve CEO'su Özgür Oktan, bu mekanizmanın şirketler için değerini şöyle özetliyor:

“Dinamik Müşteri Risk Değerlendirmesi, şirketlerin müşterilerini daha derinlemesine anlamalarını ve dolandırıcılık riskini en aza indirmelerini sağlayan etkili bir çözümdür. Yapay zekâ ve büyük veri desteğiyle kurumlara daha hızlı ve isabetli karar alma imkânı sunar. Her müşterinin kendine has ve farklı yapısını dikkate alarak kişiye özel risk profilleri oluşturur.”

Formica AI Risk Orkestrasyon Platformu, bu ve benzeri gelişmiş çözümleriyle kurumların risk yönetimi ve uyum süreçlerini optimize etmelerine, operasyonel verimliliklerini artırmalarına ve dolandırıcılığı önlemelerine destek olmayı sürdürüyor.



SEKURA

TÜRKİYE'NİN EN YENİ KART MERKEZİ HİZMETİNİZE HAZIRDIR



Sigorta sektöründe verimlilik ve büyümenin adresi: Payten Ödeme Orkestrasyonu

Payten'in 2025 yıl verilerine göre; Sigorta ekosisteminde verimlilik ve dönüşüm öne çıkıyor, büyüme hız kazanıyor

Diijitalleşme, sigorta sektöründe yalnızca poliçe süreçlerini değil; tahsilat, iade, yenileme ve müşteri deneyimi gibi tüm finansal akışları dönüştürüyor. Özellikle yüksek hacimli işlemlerin yönetimi, operasyonel verimlilik ve güvenlik alanlarında rekabet avantajı sağlamak isteyen sigorta kuruluşları, artık tahsilat altyapılarını yeniden tanımlamak zorunda. Bu dönüşümün merkezinde konumlanan Payten Payment Gateway, 2025 yılı itibarıyla **50'yi aşkın sigorta şirketi ve acente** ile yönettiği dijital tahsilat operasyonlarında **220 milyar TL'lik işlem hacmine** ulaştı. Yıl sonu itibarıyla **330 milyar TL'yi aşması** öngörülen bu yapı, sigorta ekosisteminde dijital ödeme kanallarının stratejik önemini açıkça ortaya koyuyor. Verilere göre, işlemlerin **%72'si kayıtlı kartlar** üzerinden gerçekleşiyor. PCI DSS Level 1 uyumlu kart saklama altyapısı sayesinde; özellikle tekrarlayan poliçelerde ve abonelik bazlı ürünlerde hızlı, güvenli ve sürdürülebilir tahsilat modelleri sağlanıyor.



Payten'in gelişmiş orkestrasyon yetkinlikleri arasında; çoklu sanal POS yönetimi, akıllı işlem yönlendirme, mobil ve Secure IVR (telefon üzerinden gerçekleşen ödemelerde PCI DSS Level 1 standartlarında güvenli işlem altyapısı) tabanlı tahsilat çözümleri, gelişmiş mutabakat modülü ve Olağanüstü Durum Merkezi (ODM) yapısı yer alıyor. Bu bütüncül mimari, sigorta şirketlerinin ödeme altyapılarını sadece dijitalleştirmekle kalmıyor, aynı zamanda maliyet optimizasyonu ve iş sürekliliği gibi kritik KPI'larda fark yaratmalarını sağlıyor.

Payten Türkiye Ülke Lideri Burak Kutlu, konuyla ilgili şu değerlendirmeyi paylaşıyor:

"Sigorta sektörü artık dijitalleşmeyi operasyonel bir tercih değil, kurumsal sürdürülebilirliğin temel taşı olarak konum-



landırıyor. Payten olarak sunduğumuz çok katmanlı altyapı sayesinde, yalnızca tahsilat süreçlerini değil, kullanıcı deneyimi, işlem başarısı ve regülasyon uyumu gibi stratejik etki alanlarını uçtan uca destekliyoruz. Sigorta sektörünün dinamiklerine duyarlılığımız, mevzuatlara tam uyumlu altyapımız ve sürdürülebilir inovasyonu odağa alan yaklaşımımızla; müşterilerimiz nezdinde stratejik bir çözüm ortağı olarak konumlanmaktan gurur duyuyoruz."

Yerli Ar-Ge gücü, uluslararası güvenlik sertifikaları ve 25 yılı aşkın teknoloji mirasıyla Payten, sigorta sektörünün bugünkü ihtiyaçlarına olduğu kadar, geleceğe dönük büyüme vizyonuna da değer katıyor.



DenizBank Black Kart'la havaalanında ayrıcalıkların ilerisi benim

Black Kart'a DenizKartım ve MobilDeniz uygulamasından
başvurabilirsiniz.

Hızlı Geçiş
ve Lounge
Hizmetleri



denizbank.com | 0 850 222 0 800



İlerisi Benim ›

DenizBank

*DenizBank, hızlı geçiş ve lounge hizmet süreleri veya kullanım koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Detaylı bilgi için: www.denizbank.com

“UPTION’ın 163 farklı milletten müşterisi var!”



Murat Kastan
UPT Genel Müdürü

UPT’nin küresel hizmet ağı, 200’ün üzerinde global partnerle birlikte 176 ülkede 500 bini aşkın noktaya ulaştı. 14 ülkede kendi markasıyla hizmet veren şirket, son olarak Dubai’de de lisans alarak küreselleşme yolculuğunda kritik bir eşiği daha aştı. UPT Genel Müdürü Murat Kastan, “Önümüzdeki dönemde hedefimiz, bu başarıyı yeni pazarlara taşıyarak regülasyonlara tam uyumlu çözümlerimizi UPTION ile global ölçekte yaygınlaştırmak olacak” diyor...

Para transferi alanında rüştünü ispatlayan UPT, mobil uygulaması UPTION’ı bir finansal enstrüman haline getirmeyi hedefliyor. Bir yandan yeni lisans ve iş ortaklıklarıyla hizmet verdiği ülke sayısını artıran, diğer yandan da hizmet yelpazesine yeni fonksiyonlar ekleyen şirketin küreselleşme yolculuğunu UPT Genel Müdürü Murat Kastan ile konuştuk...

UPT’nin 2025 yılı ilk yarısı itibarıyla ulaştığı büyüklük hakkında bilgi verebilir misiniz?

2025’e oldukça güçlü bir başlangıç yaptık. Yılın ilk yarısında Türkiye ve yurt dışındaki fiziki noktalarımızdan 500 bine yakın para transferine aracılık ettik. Geçen yılın aynı dönemine göre işlem adedinde yüzde 40, işlem hacminde ise yüzde 35 artış sağladık.

Mobil uygulamamız UPTION da dikkat çekici bir performans sergiliyor. Yılın ilk yarısında yaklaşık 3 milyon işleme aracılık ettik ve hacim bazında yüzde 20 büyümeye kaydettik. Bunlar sadece sayısal büyümeye değil, aynı zamanda müşterilerimizin ve kurumsal iş ortaklarımızın UPT’ye duyduğu güvenin de bir yansıması. Bugün itibarıyla UPT olarak, 176 ülkeye ulaşan 500 binden fazla işlem noktasıyla küresel ölçekte faaliyet gösteriyoruz. 14 farklı ülkede kendi markamızla hizmet sunuyoruz. Global para transferi altyapımızı sunduğumuz bu ülkelerden yurt dışındaki diğer ülkelere yapılan para transferleri, geçen yılın ilk yarısına göre yüzde 41 artış gösterdi. Bu yapıyla Türkiye’nin ilk yerli, global para transferi şirketi olmanın sorumluluğunu gururla taşıyor, aynı zamanda sektörün geleceğini şekillendiren oyuncularından biri olarak yolumuza devam ediyoruz.

“UPTION İLE ÖN ÖDEMELİ KARTLARDA EN AKTİF 5 OYUNCU ARASINA GİRDİK”

UPTION'ın performansını sayısal veriler eşliğinde biraz daha ayrıntılandırabilir misiniz?

Elbette. Müşterilerimize sunduğumuz en yenilikçi kanallardan biri olan UPTION her geçen gün daha çok ilgi görüyor, daha da güçlenerek yoluna devam ediyor. 2025'in ilk yarısında 1.5 milyon adedi aşan bir para transferi performansı yakaladık.

Ek olarak UPTION Kart ile 2 milyonun üzerinde işleme aracılık ettik ve Bankalararası Kart Merkezi ve-rilerine göre, banka ve elektronik para kuruluşlarının olduğu ön ödemeli kart pazarında aktiflik açısından ilk 5 oyuncu arasına girdik.

Dolayısıyla UPTION, sadece para transferi değil, kartlı ödeme ve dijital finansal hizmetler alanında da müşteri deneyimini dönüştürüyor. Bugün geldiğimiz noktada UPTION, kullanıcılarımızın günlük hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş durumda. Önümüzdeki dönemde de hem Türkiye’de hem de küresel ölçekte UPTION’ın erişimini ve sunduğu fonksiyonları artırmayı hedefliyoruz.

“ UPTION Kart ile 2 milyonun üzerinde işleme aracılık ettik ve Bankalararası Kart Merkezi verilerine göre, banka ve elektronik para kuruluşlarının olduğu ön ödemeli kart pazarında aktiflik açısından ilk 5 oyuncu arasına girdik. ”

“MONEYGRAM İLE 500 BİN FİZİKSEL NOKTAYA ERİŞİM SAĞLADIK”

UPT'nin yurt dışında iş birliği yaptığı finansal kuruluş sayısı kaçta ulaştı? Bu yıl yeni iş birlikleri yapıldı mı?

UPT olarak dünyanın dört bir yanında 200’ün üzerinde küresel partnerle çalışıyor, 176 ülkede isme, banka hesaplarına, banka kartlarına ve mobil cüzdanlara anlık transfer hizmeti veriyoruz. Bunun yanında 14 ülkede 70’in üzerinde finansal kuruluş ve kendi markamızla hayatı kolaylaştırıyoruz.

Elbette bu iş birlikleri hizmetlerimizi çeşitlendiriyor, vizyonumuza güç katıyor. 2025 yılı da bu anlamda oldukça bereketli geçti. Dünyanın önde gelen para transferi şirketlerinden MoneyGram ile entegrasyonumuzu genişlettik. Artık müşterilerimiz, UPT şubeleri, UPT hizmet noktaları ve UPTION uygulaması üzerinden MoneyGram işlemlerini kolayca gerçekleştirebiliyor. Bu iş birliğiyle dünya çapında yaklaşık 500 bin fiziksel noktaya erişim sağladık.

Orta Asya’da ise Özbekistan’ın büyük bankalarından Anor Bank, Kapitalbank ve Turon Bank ile önemli iş birlikleri başlattık. Böylece bu ülkede hâlihazırda hizmet verdiğimiz 12 bankaya yeni bir halka daha eklemiş olduk.



Kırgızistan’da da MBank ile anlaşarak bankanın mobil uygulamasına para transferi hizmeti sunmaya başladık.

“ Yeni anlaşmalarla birlikte yurt dışında 160 adet banka ve ödeme kuruluşunun fiziki noktalarında, 22 adet banka ve ödeme kuruluşunun ise dijital kanallarından para transferi hizmeti verir konuma ulaştık. ”

UPT'nin yurt içi iş birliklerinden de bahsedebilir misiniz?

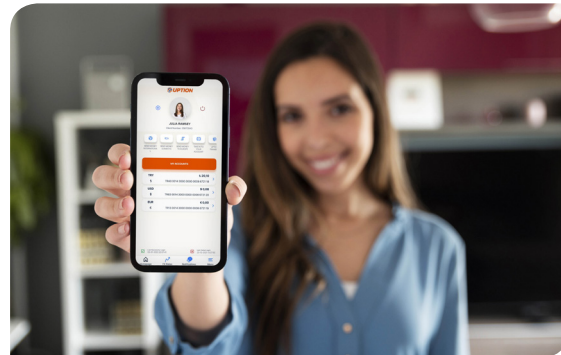
Türkiye’deki iş birliklerimiz hem fiziki hem de dijital kanallarda büyümemizi destekliyor. Geçtiğimiz dönemde Faturamatik ile gerçekleştirdiğimiz entegrasyon sayesinde PTN Money Transfer noktalarında UPT altyapısıyla uluslararası para transferi yapılmasını mümkün kıldık. Bu entegrasyonu Aktif Bank ekosisteminin bir üyesi olan Aktif Ventures’ın imza attığı Apilion API platformumuz üzerinden hayata geçirdik. Aktif Bank ekosistemindeki şirketlerle yakın çalışmaya devam ediyoruz. Örneğin Sigortayeri ile “Yabancı Sağlık Sigortası” ürününü UPTION üzerinden kullanıcılarımıza ulaştırıyor, N Kolay müşterilerinin kredi tahsis başvurularını yine UPTION üzerinden gerçekleştirmelerine imkân sağlıyoruz.

Paratim ile imzaladığımız sözleşme sayesinde de UPT’nin hizmetlerini Paratim kullanıcılarının erişimine açacağız. Tüm bu iş birlikleri, yerel pazarın dinamiklerine uygun şekilde büyüme stratejimizin temel taşlarını oluşturuyor.

“ODAĞIMIZI KORUYARAK YENİ PAZARLARA AÇILMAYI SÜRDÜRECEĞİZ”

Orta Asya ülkeleri ve Avrupa’da yaşayan Türkler ana hedef kitlenizi oluşturuyordu, bu profilde bir değişiklik oldu mu?

Haklısınız, UPT’nin kuruluşundan bu yana Orta Asya ülkeleri ve Avrupa’daki Türkler hedef kitemizi oluşturuyor ve bugün de bu konumunu koruyor. Özellikle



Türk Devletleri'nde kendi koridorlarımızda lider veya takipçisi konumundayız. Azerbaycan ve Gürcistan gibi pazarlarda uzun yıllardır güçlü bir pozisyondayız. Bu yıl Azerbaycan'da ABB ile hayata geçirdiğimiz entegrasyon sayesinde kullanıcıların dijital kanallardan 7 gün 24 saat transfer yapabilmesini sağladık. Böylece alıcı tarafın fiziksel noktaya gitme zorunluluğunu büyük ölçüde ortadan kaldırdık.

MoneyGram ile entegrasyonumuzun genişlemesi de bu bölgedeki erişimimizi daha kapsayıcı hale getirdi. MoneyGram ile birlikte özellikle Avrupa'da yaşayan Türklerin, Türkiye ile olan para transferlerini büyük ölçüde kolaylaştırdık. Türkiye'deki PTN, Paratim ve benzeri iş birliklerimiz sayesinde farklı segmentlerdeki müşterilere de erişebiliyoruz.

Dolayısıyla ana hedef kitlemiz üzerindeki odağımızı korurken; teknolojinin sunduğu olanaklar ve yeni iş birlikleri sayesinde hem coğrafi hem de demografik anlamda daha kapsayıcı bir müşteri profiline sahibiz. UPTION'a her geçen gün eklediğimiz yeni servislerle finansal kapsayıcılık anlamında çok önemli adımlar attık ve bu ürün genişliği sonrası 163 farklı milletten müşterimiz var.

DIFC LİSANSI KRİTİK BİR ADIM

DIFC lisans başvurunuz hangi aşamada? DIFC ile birlikte kaç ülkede lisans sahibi oldunuz ve bu alanda bundan sonraki planlarınız neler?

Bu yıl içerisinde Dubai Uluslararası Finans Merkezi (DIFC) lisansı alan ilk ve tek Türk ödeme kuruluşu olmayı başardık. Dubai Finansal Hizmetler Otoritesi (DFSA) tarafından ödeme, para transferi ve elektronik para alanlarında onaylanan bu lisans, hem UPTION

uygulamamızı küresel arenaya taşıma yolunda kritik bir adım hem de yurt dışında müşteri edinimimizi mümkün kılacak stratejik bir yetkinlik oldu.

“Dubai lisansıyla birlikte uluslararası büyüme vizyonumuzu daha güçlü bir şekilde hayata geçirme fırsatını yakaladık. Önümüzdeki dönemde hedefimiz, bu başarıyı yeni pazarlara taşıyarak regülasyonlara tam uyumlu çözümlerimizi UPTION ile global ölçekte yaygınlaştırmak olacak.”

Küresel çapta para transferi sektörünün bugün ulaştığı nokta hakkında bilgi verebilir misiniz? Sektöre yeni oyuncular giriyor mu? UPT, bu haritanın neresinde yer alıyor?

Küresel para transferi sektörü son yıllarda teknolojik dönüşümün etkisiyle yeniden şekilleniyor. Pandemi döneminde hız kazanan dijitalleşme eğilimi kalıcı hale geldi. Mobil uygulamalar, dijital cüzdanlar ve açık bankacılık çözümleri artık sektörün vazgeçilmez unsurları arasında yer alıyor. Yapay zekâ destekli risk ve uyum çözümleri de bu alandaki güvenliği güçlendiriyor.

Böylesine değişime açık bir sektörde yeni oyuncular oyuna girmeye devam ediyor ama müşteri güvenini kazanmak ve regülasyonlara tam uyum sağlamak yeni girişimler için zorlu bir süreç.

UPT, Türkiye'nin ilk yerli ve global para transferi şirketi olarak bu haritanın önemli bir aktörü konumunda. Bugün 176 ülke ve 500 bin noktayı aşan küresel ağıımız, 200'ün üzerinde global partnerimiz ve 14 ülkede kendi markamızla verdiğimiz hizmetlerle büyümeye devam ediyoruz.

UPTION'IN KÜRESELLEŞME YOLCULUĞU HIZ KAZANACAK

Yıl sonu, 2026 ve orta vadeli planlarınız neler?

2025'in ilk yarısında elde ettiğimiz güçlü performans, bize yılın geri kalanı ve sonraki dönemler için de önemli bir motivasyon sağlıyor. Önümüzdeki periyotta öncelikli hedefimiz, bu ivmeyi koruyarak 2026'ya daha da güçlü bir giriş yapmak. UPTION uygulamamızı küresel ölçekte yaygınlaştırmak, halihazırda bulunduğumuz ülkelere yenilerini eklemek ve UPTION'ı uluslararası alanda bilinen bir finansal uygulamaya dönüştürmek en önemli stratejik adımlarımızdan biri olacak. Bunun yanında yurt dışındaki altyapımızı kullanan kurumlarla birlikte yeni alanlar açmak ve işlem hacmimizi büyütmek istiyoruz.

UPT'nin kuruluş felsefesinde yer alan “herkes için finansal erişim” yaklaşımını hem fiziksel hem de dijital kanallarda ölçekleyerek, kapsayıcı finansal çözümler geliştirmeyi sürdüreceğiz. Kurulduğumuzdan bu yana yürüttüğümüz çizgiyi koruyarak hem Türkiye'de hem de küresel ölçekte daha geniş kitlelere ulaşmayı, finansal hizmetleri daha erişilebilir ve kullanıcı dostu hale getirmeyi hedefliyoruz. ☺



Semt pazarları Ozan-Pazarpos iş birliğiyle dijitalleşiyor

Ozan Elektronik Para, Pazarpos iş birliğiyle pazar esnafının ihtiyaçlarına özel ödeme çözümleri sunmaya başladı. Pazarpos'un semt pazarlarındaki yaygın ağ ve Ozan Elektronik Para'nın teknoloji uzmanlığının bulunduğu projede, şu anda pazarlarda 500'ü aşkın aktif olarak kullanılan cihaz sayısının 2026 sonuna kadar 5 bine ulaşması hedefleniyor...



Semt pazarlarında nakit yerine kredi ve banka kartıyla ödemelerin yaygınlaşması için çalışmalar hızlanıyor. Ozan Elektronik Para da Pazarpos iş birliğiyle pazarcılara kolay kullanılabilir ve uygun oranlı bir ödeme çözümü sunmaya başladı. Halihazırda sahada 500'ün üzerinde bulunan cihaz sayısının yıl sonunda 1.000'i, gelecek yıl ise 5 bin terminali geçmesi hedefleniyor.

Kolay kurulumu ve güvenilir altyapısıyla pazarlarda yaygınlaşan Pazarpos, pazardaki ticaretin dijitalleşmesini ve kayıt altına alınmasını destekleyerek, ülke ekonomisinin dijital dönüşümüne önemli bir katkı sağlamayı amaçlıyor.

“Türkiye ekonomisinin dijital dönüşümüne katkı sağlıyoruz”

Ozan Elektronik Para COO'su Eren Kumcuoğlu, alışveriş alışkanlıklarındaki değişimden yola çıkarak başlatılan iş birliğini şu sözlerle değerlendirdi:

“Semt pazarlarındaki alışveriş deneyimini güncellemeyi ve vatandaşların hayatını kolaylaştırmayı hedefliyoruz. Pazarpos ile geliştirdiğimiz ödeme çözümümüz sayesinde pazarcı esnafımız POS cihazlarından sorunsuzca ödeme alabilecek, tüketiciler de nakit taşımadan güvenli alışveriş yapabilecek. Uzman ekibimizle geliştirdiğimiz bu çözüm, pazarda teknoloji ile geleneksel ticareti buluşturuyor; esnafın satışını artırırken milyonlarca vatandaşa da modern ve rahat

bir alışveriş deneyimi sunuyor. Bu adım, ülke ekonomisinin dijitalleşmesine de değerli bir katkı sağlıyor. Önümüzdeki dönemde küçükten büyüğe tüm esnafımız için en doğru çözümleri en doğru zamanda sunmaya devam edeceğiz. Ülkemizin dinamiklerini takip ederek çözümlerimizi tüm regülasyonlara tam uyumlu geliştiriyoruz. Şehrin gerçek nabızı olan pazarlarda gerçekleşen bu yenilik, milyonlarca vatandaş için alışverişi çok daha kolay ve güvenli hale getirecek.”

“Semt pazarlarındaki ödeme dinamiklerini değiştiriyoruz”

Pazarpos Kurucu Ortağı Bilal Süslü, geleneksel ticareti teknolojiyle buluşturmanın önemine değinerek şu bilgileri paylaştı:

“Uzun zamandır beklenen bir ihtiyaca yanıt veriyoruz. İnsanların dijitalleşen hayat şartlarıyla birlikte artık çok fazla nakit taşımadığını biliyoruz. Pazarpos ile semt pazarlarında ödeme süreçlerini modernleştiriyor, daha dinamik ve güvenli bir yapıya kavuşturuyoruz. Üstelik bunu en güncel cihazlarla, esnek vade ve oranlarla sunuyoruz. Ozan Elektronik Para ile gerçekleştirdiğimiz iş birliği sayesinde bu teknoloji yaygınlaşacak ve herkese fayda sağlayacak. Bu teknoloji, pazarcıların dijital dönüşüme ayak uydurmasını sağlarken vatandaşlara da nakit taşıma zorunluluğu olmadan konforlu bir alışveriş deneyimi sunuyor. Sahadaki gücümüzü, Ozan Elektronik Para'nın inovatif çözümleriyle birleştirerek ülkemizin dijital ekonomisine değerli bir katkı sunduğumuz için mutluyuz.”



Garanti BBVA, eylülde 4 yeniliği birden duyurdu

Garantili Ödeme, Garanti BBVA Genç, Shop&Fly Diamond Visa, S.M.A.R.T... Garanti BBVA, normalde aylara hatta yıla yayılabilecek yeni ürün ve hizmet duyurularını eylül ayına sığdırdı...

Yaz rehaveti bitti, başta bankalar olmak üzere finansal kurum ve kuruluşlar yeni ürün ve hizmetlerini art arda duyurmaya, kullanıcılarla buluşturmaya başladı. Eylül ayının en hızlısı ise Garanti

BBVA oldu.

Banka ayın başında yeni dijital ürünü “Garantili Ödeme”yi hizmete sundu. Bu yenilikçi ürün, vadeli ödemelerde bankanın garantörlüğüyle ticari ilişkilerde güveni artırıyor. Garanti BBVA müşterileri, bu çözüm sayesinde vadeli işlemleri dijital ortamda kolayca gerçekleştirebilecek, alacaklılar da ödemelerini vadesinden önce devredip, iskonto edebilecek.

Bankanın dijital kanalları üzerinden erişilebilen çözüm, ileri vadeli para transferlerinin bankanın garantisiyle güvenli bir şekilde yapılmasını sağlıyor. Hem borçlu hem alacaklı taraf, bankanın güvencesiyle işlemlerini daha şeffaf ve öngörülebilir bir şekilde yürütebiliyor. Ürün aynı zamanda çek gibi mevcut vadeli ödeme araçlarına dijital bir alternatif sunarken, kullanım kolaylığıyla da dikkati çekiyor.

Garanti BBVA müşterileri, Garantili Ödeme’ye başvurarak, bu ürüne özel oluşturulan kapalı devre yapı üzerinden, vadeli para transfer emirlerini kolayca verebiliyor. İlgili vadede hesapta bakiye olmasa bile, sistem otomatik olarak tanımlanan limit üzerinden işlemi gerçekleştiriyor. Böylece ödeme, vadesinde garanti altına alınmış oluyor.

Alacaklı taraf, bu transferi dijital kanallardan anlık olarak görüntüleyebiliyor, dilerse ödemenin vadesini bekleyebiliyor, alacağını başka bir kullanıcıya devredebiliyor ya da vadesinden önce tahsil edebilmek için iskonto seçeneğini kullanabiliyor. Alacağın devredilmesi durumunda, yeni kullanıcı da benzer haklara sahip oluyor. Ödemenin iptal edilmesi ise yalnızca alacaklının onayıyla mümkün hale geliyor.



Cemal Onaran

Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Cemal Onaran, “Ticari ilişkilerde güvenin en büyük yapı taşlarından biri olan ileri vadeli ödemelerini Garantili Ödeme ile banka güvencesine aldık. Hem borçlu hem alacaklı taraf için öngörülebilir, şeffaf ve esnek bir yapı sunduk. Dijital altyapımız sayesinde kullanıcılarımız, daha önce şube kanalıyla yürütülen bu süreci artık tamamen dijital ortamda, zahmetsizce yönetebiliyor” diyor.

Yeni bir Garanti BBVA – Visa iş birliği: Shop&Fly Diamond

Bazı marka iş birlikleri haricinde Garanti BBVA kartı kullananlar Visa logosu görmeye pek alışık değildir.

Banka yıllardır ağırlıklı olarak Mastercard ile birlikte yürüyor. Shop&Fly, istisnalardan biriydi.

Shop&Fly’nin Gold ve Platinum kartlarından sonra Diamond versiyonuyla da Visa ayrıcalıkları kullanıcılara sunulmaya başladı.

Garanti BBVA





Garanti BBVA, yeni Shop&Fly Diamond Visa kartıyla müşterilerine lounge hizmeti, yurt dışı harcamalarda indirim ve Visa desteğiyle yeni seyahat ayrıcalıkları sunuyor. Yeni kartın sahipleri, Türkiye'deki veya yurt dışındaki havalimanlarında, yılda 8 defaya kadar, bir misafirle birlikte lounge hizmetinden ücretsiz faydalanabiliyor. Yine yurt içi ve yurt dışı seyahatlerde İGA İstanbul Havalimanı'nda yılda 4 kez ücretsiz buggy ve hızlı geçiş (FAST Track) hakkı tanınıyor. Sabiha Gökçen Havalimanı'nda ise yılda 2 kez ücretsiz "ALWAYS Fast Track" ayrıcalığı sunuluyor.

Kartla, yurt dışında belirli sektörlerde yapılan harcamalarda yüzde 5'e varan indirim ayrıcalığı söz konusu. Otel harcamalarında tek seferde 25 bin lira fiziki veya sanal yurt dışı harcamalarda yüzde 5 ve 5 bin liraya kadar varabilen indirimler sağlanabiliyor.

Ayrıca yurt dışı giyim ve elektronik kategorilerinde tek seferde 8 bin liralık giyim ve elektronik harcamasına yüzde 5 ile 5 bin liraya varan indirimler de kart kullanıcılarını bekliyor.

"my Visa"da "Visa Infinite" ve "Visa Signature" kart sahipleri; seyahat, alışveriş, gastronomi, kültür ve eğlence alanlarında ayrıcalıklara erişebiliyor. my Visa, hem yurt içinde hem yurt dışında premium markalarda özel indirimlerle fırsatlar ve Michelin yıldızlı şeflerin sunduğu gastronomi deneyimleri gibi fırsatlar sunuyor. Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Ceren Acer Kezik, yeni kartla ilgili şu değerlendirmeyi yapıyor: "Uçmayı kolay hale getiren kartımız Shop&Fly sahip olduğu özellikler, çok geniş kullanım alanı ve sunduğu fırsatlarla önemli bir ürün olarak kredi kartı pazarının en önde gelen oyuncularından biri. Bu kartla, Shop&Fly Diamond kullanıcıları için seyahatleri uçtan uca daha konforlu, ayrıcalıklı ve keyifli hale getireceğimize inanıyoruz."

Visa Türkiye Genel Müdürü Samile Mümin de "Havalimanı anlarından yurt dışı alışverişlere, yeme içme deneyimlerinden konaklamalara kadar seyahat sürecini zenginleştiren ürün ve hizmetleriyle bir yol arkadaşı sunuyoruz. Bu kartı, sadece bir ödeme aracı değil, modern gezginlerin yaşam tarzını destekleyen bir araç olarak konumlandırıyoruz. Garanti BBVA ile hayata geçirdiğimiz bu iş birliğinden büyük memnuniyet duyuyoruz" diyor.



Temassız ödemelerde "S.M.A.R.T." dönemi

Hangi kartla ödersem daha fazla taksit, indirim ya da puan kazanırım? Garanti BBVA, bu konudaki kaygıları baştan giderecek bir çözüm geliştirdi: S.M.A.R.T. (Seçiminde, Mobil, Akıllı, Rahat, Teknoloji)...

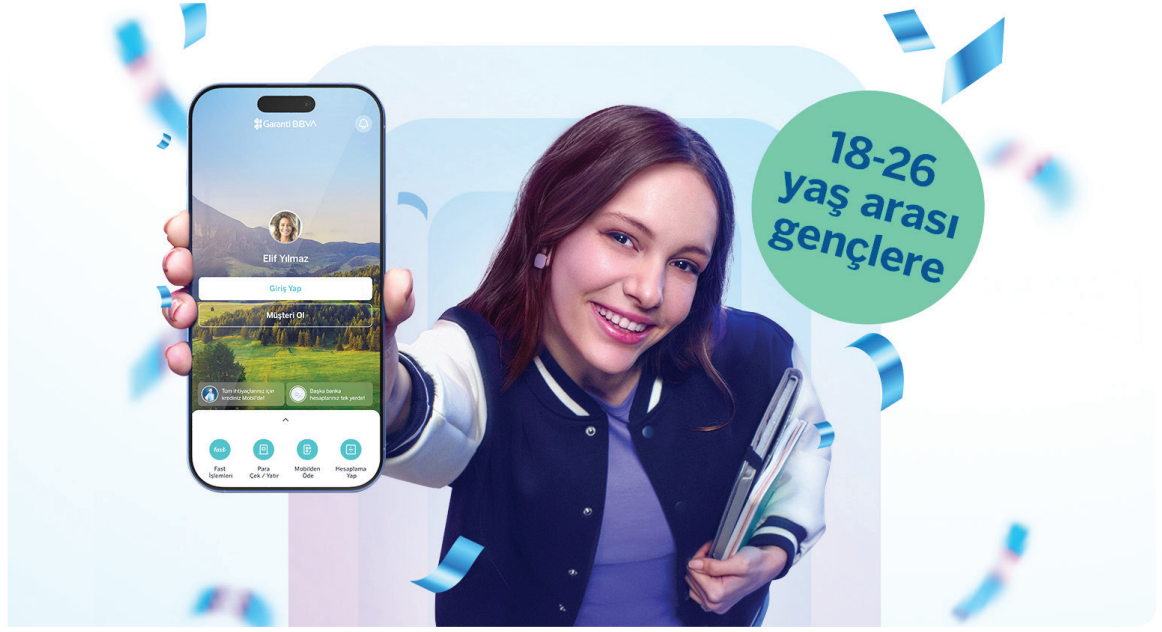
Bu yeni sistem, ödeme anında iş yeri özelinde daha fazla fayda sağlayan kartı otomatik olarak seçiyor ve ödemeyi o kartla yapmayı öneriyor. Böylece kullanıcılar, ödemelerini cüzdan taşımadan yapabiliyor.

Yeni özellik, Garanti BBVA Mobil ve BonusFlaş uygulamaları üzerinden NFC, QR ve GarantiPay ödemelerinde geçerli. NFC ile yapılan işlemler, otomatik olarak müşteri için daha faydalı kartla gerçekleşiyor. QR ve GarantiPay ödemelerinde ise daha fazla fayda sağlayan kart ekranda seçili olarak geliyor ve müşteri isterse kart tercihini değiştirebiliyor.

S.M.A.R.T. özelliği ilk etapta Miles&Smiles Garanti BBVA kredi kartları ve American Express kartlarıyla devreye alındı. Böylece müşteriler, Türk Hava Yolları satış noktalarında ve American Express Lifestyle & American Express Selects programına üye iş yerlerinde herhangi bir ek işlem yapmadan ödemelerinde daha fazla fayda elde edebiliyor.

Ceren Acer Kezik, yeni sistemle ilgili "Garanti BBVA olarak Türkiye ve Avrupa'da birçok ilki hayata geçirdik. S.M.A.R.T. ile yine bir ilke imza atarak temassız ödemelerde yenilikçi bir deneyim sunuyoruz. Ödeme anında hangi kartı seçmesi gerektiğini artık müşterilerimizin düşünmesine gerek kalmıyor ve S.M.A.R.T. onlar için daha faydalı kartı seçiyor ve öne çıkarıyor" değerlendirmesini yapıyor.





Gençlerin dijital yol arkadaşı

Garanti BBVA için ayın son yeniliği, mobil uygulamaya eklediği “Garanti BBVA Genç” menüsü oldu. Banka böylece, 18-26 yaş arasındaki kullanıcılara finansal ve sosyal ayrıcalıkları tek ekranda sunmaya başladı.

Garanti BBVA’nın “Radikal Müşteri Perspektifi” yaklaşımı ve gençlerin beklentilerini dikkate alarak geliştirdiği Garanti BBVA Genç; kampanyalar, kültür-sanat etkinlikleri, kariyer fırsatları ve dijital abonelik avantajlarını tek bir noktada buluşturuyor.

Gençlerin günlük yaşam alışkanlıklarına göre zenginleştirilen içeriklerle donatılan Garanti BBVA Genç menüsünde, gençlerin en çok harcama yaptığı ulaşım, giyim, yeme-içme gibi alanlarda özel kampanyalar sunuluyor. Kültür-sanat, üniversite, eğitim ve kariyer gibi gelişim odaklı fırsatlar da doğrudan fayda sağlayacak şekilde kurgulanıyor. Kredi kartı kampanyaları, dijital platform aboneliklerine özel fırsatlar, kültür-sanat merkezlerinde ayrıcalıklı bilet avantajları, kariyer ve eğitim fırsatları tek bir noktadan takip edilebiliyor.

Henüz Garanti BBVA müşterisi olmayan gençler, mobil uygulama üzerinden ilk kez müşteri olduklarında, 6 ay boyunca tüm para transferlerini masrafsız gerçekleştirme ayrıcalığından faydalanabiliyor.

Ceren Acer Kezik, Garanti BBVA Genç’in çıkış noktası ve sağladığı avantajlarla ilgili şu değerlendirmeyi yapıyor:

“Bankacılık artık sadece işlem yapılan bir yer olmaktan çıkıp hayatın doğal bir parçası, kişisel bir deneyim, dijital bir yol arkadaşı haline geldi. Garanti BBVA olarak müşterilerimizle kurduğumuz ilişkinin sınırları bir ürün ya da kanalın çok ötesine geçmiş durumda.

Bugün bankacılığı yeniden tanımlarken, temel sorumuz şu: Müşterilerimizin gözünden baktığımızda ne görüyoruz? Cevabımız çok net: Görünmez kadar akıcı, hatırlanacak kadar pozitif bir deneyim beklentisi. Bu beklenti, yalnızca teknolojik dönüşümle tanımlanamaz, aynı zamanda kültürel ve zihinsel bir dönüşümü de gerekli kılar. İşte tam bu noktada devreye ‘Radikal



Ceren Acer Kezik

Müşteri Perspektifi’ giriyor. Çünkü artık bankacılık, ihtiyaçlara yanıt vermekle kalmamalı, anlam üretmeli, güven inşa etmeli, insanı odağına almalı.

Bugünün gençleri yalnızca dijital doğmuş bireyler değil, aynı zamanda geleceği şekillendirecek fikir ortakları. Gençlerimiz hızlı, sezgisel, basit ve kişiselleştirilmiş deneyimler talep ediyor. Bankacılıktan beklentileri, ürün ve hizmetin ötesinde bir duruş. Karşılarında bir kurum yerine onları anlayan, dinleyen, birlikte düşünen bir yol arkadaşı görmek istiyorlar.

Garanti BBVA olarak, gençleri geleceğin bankacılığının tasarım ortakları olarak görüyoruz. Mobil uygulamamızı onların geri bildirimleriyle şekillendirdik ve bazı özellikleri doğrudan genç kullanıcıların önerileriyle hayata geçirdik. Garanti BBVA Mobil’deki gençlere özel bu menü, işte bu anlayışın en somut yansıması. Gençlerle kurduğumuz bu güçlü bağ, bize geleceği nasıl inşa edeceğimiz konusunda ilham veriyor. Onların dünyasına yalnızca tanıklık etmiyor, birlikte şekillendiriyoruz.”

Moka United, İngiltere’de ödeme kuruluşu satın aldı

Moka United, Finansal Yürütme Kurumu’ndan (FCA) aldığı onayla, Birleşik Krallık’ta lisanslı ödeme kuruluşu Affiniture Cards Limited’in satın alım sürecini tamamladı...

Moka United’ın İngiltere’de FCA lisansı ile faaliyet gösteren Affiniture Cards Limited’in satın alım işlemi, gerekli onayların tamamlanmasıyla birlikte resmiyet kazandı. Bu gelişme, şirketin uluslararası pazarlarda daha etkin şekilde konumlanmasına zemin hazırlarken, RUUT markasıyla yürüttüğü dijital banka yolculuğuna da yeni bir ivme kazandı.

Satın alımla birlikte küresel bir ödeme ağına doğrudan erişim elde edecek olan şirket, Affiniture Cards Limited’in Diners Club iş birliği sayesinde, uluslararası ölçekte prestijli bir ailenin de parçası oldu. Böylece Moka United, müşterilerine uluslararası alanda yenilikçi ödeme çözümleri, kısa vadeli kredi imkânları ve seçkin ayrıcalıklar sunmak üzere yeni bir adım attı.

Uluslararası pazarda dijital bankacılık yolculuğu hızlanıyor

FCA onayı ve satın alımın tamamlanması, Moka United’ın küresel büyüme stratejisinde önemli bir dönüm noktasını temsil ediyor. Bu kritik adım, Moka United’ın uluslararası pazarlardaki konumunu güçlendirmesinin yanı sıra RUUT markası altında dijital bankacılık yolculuğunu hızlandıracak bir platform sunuyor. Moka United, dijital bankacılık hizmetlerini genişletmeyi, finansal erişimi demokratikleştirmeyi ve hem kurumsal hem bireysel kullanıcılar için yeni nesil finansal çözümler sunmayı hedefliyor. Türkiye’den doğan başarı hikayesini küresel pazarlara taşıyan şirket, yenilikçi ürünleri, yapay zekâ destekli altyapısı ve kapsayıcı hizmet yaklaşımıyla sektöre liderlik etmeye hazırlanıyor.

“Güvenilirliğimizin uluslararası bir teyidi”

Moka United CEO’su Halim Memiş, gelişmeyi şöyle değerlendirdi: “Bu stratejik satın alım, global büyüme



Halim Memiş
Moka United CEO'su

hedeflerimizi ve İş Bankası’nın İngiltere’de dijital banka kurma vizyonunu destekleyen önemli bir adım. Moka United olarak, inovasyona dayalı fintek yaklaşımımızla sadece Türkiye’de değil, uluslararası pazarlarda da katma değer yaratıyoruz. Bu onay, sadece bir regülasyon geçişi değil; aynı zamanda fintek alanındaki uzmanlığımızın ve güvenilirliğimizin uluslararası bir teyidi niteliğinde. Yeni pazarlara açılırken kullanıcı odaklı, hızlı ve güvenli çözümlerimizle fark yaratmayı amaçlıyoruz. RUUT ile dijital banka yolculuğumuzu şimdi çok daha güçlü ve güvenilir bir altyapıyla sürdüreceğiz. Affiniture Cards Limited’in İngiltere’deki entegrasyonu ve FCA uyumluluğu sayesinde, Avrupa’daki iş birliklerimizi ve hizmet ağıımızı genişletmeye hazırız.”

Affiniture Cards Limited CEO’su Jonathan Back de “Birleşik Krallık’ın dinamik finansal ekosistemi, Moka United’ın uluslararası genişlemesi için ideal bir temel oluşturuyor. Ülkenin küresel bir finans merkezi olarak konumu, Avrupa ve uluslararası pazarlara daha kolay erişim sağlarken, fintek inovasyonu ve büyümesi için düzenlenmiş bir ortam sunuyor” dedi.



Jonathan Back



papara

PayPole

paraQR

PayCO

IQ
MONEY

PayFix

trona

ininal

iPara

PeP

2025, fintekler için filtre yılı oluyor!

Geçici faaliyet durdurmalar ve kayyum atamaları, ortaklık satın alma veya gönüllü olarak sektörden çekilmeler, doğrudan faaliyet iptalleri... 2025, ödeme ve elektronik para kuruluşları açısından kritik bir dönüm noktasına işaret ediyor. TCMB'nin radikal kararları ne anlama geliyor, önümüzdeki dönemde sektörü neler bekliyor?

2025 yılı, ödeme ve elektronik para sektörü için kimilerine göre bir kırılma, kimilerine göre ise dönüm noktası olarak nitelendiriliyor. Öyle ya da böyle, genç ve dinamik sektör için erken bir eliminasyon dönemine tanık oluyoruz.

Lisanslı ödeme ve elektronik para kuruluşu sayısı 100'e yaklaşmışken; geçici faaliyet izni durdurmalar, faaliyet izin iptalleri, yönetim kayyum atamalar peşi sıra geldi.

Oysa kısa sürede hızlı büyüyen şirketler yerli ve yabancı yatırımcıların dikkatini çekmiş, onlarca yeni girişimci de TCMB'den lisans almak için sıraya girmişti. Merkez Bankası yönetimi daha önce de faaliyet izinleri için ince eleyip sık dokuyordu ama şimdi artık yeni lisans vermeyi geçici olarak durdurduğunu başvuru sahiplerine iletmeye başlamış.

Bu gelişme sektörde, "Artık finansal teknoloji sektöründe 'lisans alıp kenarda bekletme' dönemi sona eriyor. Somut iş planı, güçlü teknoloji altyapısı, sermaye yeterliliği ve regülasyona tam uyum; oyunun yeni kuralları olacak" şeklinde yorumlanıyor.

Faaliyet izin iptalleri

Aslında eleme, sektör için uzun sayılabilecek bir süre önce fatura ödeme şirketleriyle başlamıştı. Bazı fatura ödeme kuruluşları, dijitalleşmeyle birlikte tüketici alışkanlıkları değişince yeni döneme ayak uyduramamış ve kendi istekleriyle sektörden çekilmeyi tercih etmişti: Buradaöde, Misyon ve Tam Fatura...

Türkiye'de ofis açan ve bazı iş birlikleriyle deneme yapan Ria da kendi isteğiyle lisansını iptal ettirdi. Elektronik para kuruluşları arasında kendi isteğiyle lisansını iptal ettiren şirket ise sürpriz bir şekilde PayBull oldu.

TCMB'nin son olarak iki şirketin faaliyet iznini doğrudan iptal etmesi ise deyim yerindeyse çok etkisi yarattı. Hatırlanacağı gibi TCMB, IQ Money'nin faaliyet iznini, önceki yıl kasım ayında bazı madde ve bentler kapsamında iptal etmişti. Bunun üzerine şirket dava açmış ve ilgili mahkeme de geçen yıl haziran ayında kararın iptali yönünde karar vermişti. Geçen ay TCMB, bu kez IQ Money'nin faaliyet iznini tamamen iptal ederek, deyim yerindeyse şirketin kapısına kilit vurdu. Bunun üzerine şirket yönetimi, internet sitesi üzerinden şu açıklamayı yayınladı:

"Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından IQ Money Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş. hakkında verilen karar, 6493 sayılı Kanun kapsamında faaliyet iznimizin iptali yönündedir.

Şirketimiz, bugüne kadar tüm regülasyonlara ve yasal çerçevelere uygun hareket etmiş; müşterilerimizin güvenini ve haklarını korumayı her zaman en öncelikli sorumluluk olarak benimsemiştir.

Alınan bu kararın hatalı ve hukuka aykırı olduğunu düşünüyoruz. Bu nedenle;

■ Kararın yeniden değerlendirilmesi için tüm hukuki haklarımızı sonuna kadar kullanacağız,

■ Sürecin şeffaf bir şekilde ilerlemesi adına gelişmeleri kamuoyuyla düzenli olarak paylaşacağız,

■ Müşterilerimizin ve iş ortaklarımızın haklarının korunması için her türlü adımı atacağız.

IQ Money olarak finansal teknolojiler alanında güvenilir, yenilikçi ve güçlü bir yapı kurma kararlılığımız-

dan hiçbir şekilde vazgeçmeyeceğimizi kamuoyuna saygıyla duyururuz."

Faaliyet izni direkt olarak iptal edilen bir başka şirket de Paypole oldu. Bu haberi hazırladığımız sırada Paypole'un internet sitesinde, faaliyet izin iptaline ilişkin bir duyuru yer almıyordu. Money 20/20, Seamless Dubai gibi yurt dışı etkinliklere katılan bu şirketin de ileriye dönük iddialı hedefleri bulunuyordu.

Ortaklık ve satın olma nedeniyle iptal olan lisanslar

Dönem dönem ortaklık ve satın alma nedeniyle doğaldan faaliyet izin iptallerine de tanık oluyoruz. Hatırlanacağı gibi iyzico, PayU tarafından satın alınmasına rağmen marka olarak iyzico tercih edilmiş ve PayU'nun lisansı otomatik olarak iptal olmuştu. iyzico, bu yıl Paynet'i satın aldı. Ancak halen Paynet, aynı marka altında lisansını koruyarak faaliyetlerine devam ediyor. Moka ile United Payment birleşmesinden de Moka United markası doğdu. Moka'nın faaliyet izni ise iptal edildi.

Geçici faaliyet durdurmalar ve kayyum atamaları

Kuşkusuz sektörde bomba etkisi yaratan gelişmeler PayFix, ininal, iPara ve Papara'nın faaliyetlerinin geçici olarak durdurulması ve yönetimlerine TMSF'nin (Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu) kayyum atanması oldu. Özellikle PayFix ve Papara, işlem hacmi açısından

YENİ DÖNEMİN ŞİFRELERİ

Sektörde, yeni dönemde özelde ödeme ve elektronik para kuruluşları, genelde de tüm fintek girişimleri için öngörülen yeni ortam ve senaryolar şöyle sıralanıyor:

Başvurular askıya alındı

TCMB, yeni lisans başvurularını geçici olarak reddediyor. Bu adım, piyasaya yalnızca "hazırlıklı" ve "uyumlu" kurumların girmesine izin verileceğini gösteriyor.

İş planı filtrelemesi

Artık "lisans alıp bekletme" dönemi sona erdi. Somut iş modeli, gelir projeksiyonu ve sürdürülebilir bir yol haritası olmayan şirketlerin sistemde şansı kalmadı.

MASAK ile ortak denetim gücü

MASAK ve TCMB, AML (kara para aklamayla mücadele), KYC (kimlik doğrulama) ve uyum standartlarını birlikte yükseltiyor. İki kurumun aynı anda devreye girmesi, gri alanları tamamen ortadan kaldıracak.

Minimum sermaye şartı yetmeyecek

Sadece minimum sermaye şartını sağlamak yetmeyecek. Güçlü sermaye yapısı ve kaynak çeşitliliği, kuruluşların ayakta kalması için kritik hale geliyor.

Teknoloji altyapısı ve regülatif testler

PCI DSS, API güvenliği, gerçek zamanlı risk motorları gibi altyapılar artık lüks değil zorunluluk. Teknolojiye yatırım yapmayan oyuncular, regülatif testleri geçemeyecek.

Faaliyet göstermeyen lisanslara son

Yıllardır lisans alıp piyasada aktif olmayan şirketler radar altında. TCMB, bu kuruluşlara "ya proje sun ya da lisansını kaybet" mesajını veriyor.

Konsolidasyon dalga dalga gelecek

Küçük ve hazırlıksız kuruluşlar ya birleşecek ya da elenecek. Sektörde



daha az ama daha güçlü ve uyumlu oyuncular kalacak.

Dijital TL ve yeni nesil ödeme altyapısı

Bu düzenlemeler, Dijital Türk Lirası gibi projelerin güvenli entegrasyonu için altyapıyı temizliyor. Merkez Bankası, geleceğin dijital finans ekosistemini şimdiden hazırlıyor.

Kullanıcı güveni ön plana çıkacak

Amaç sadece regülasyon değil; son kullanıcı için daha güvenilir, daha şeffaf ve daha sürdürülebilir bir piyasa yaratmak. Bu sayede fintek ekosistemi uzun vadeli büyüme sağlayabilecek.

sektörün önde gelen şirketleri olunca etki alanı da hayli geniş oldu.

PeP (Paladyum Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri) ParaQR ve Payco da geçici faaliyet izni iptali furyasından nasibini alan şirketler oldu. Ancak TCMB, bu şirketlerin faaliyetlerini tamamen durdurmadı. 6493 sayılı kanunun 12'nci maddesinin birinci fıkrasının (b) ve (c) bentlerinde belirtilen ödeme hizmetleri ile 18'inci maddesinin ikinci fıkrasında belirtilen elektronik para ihracı hizmetini veremeyecekler.

Bu arada, 6493 sayılı kanunun 12'nci maddesinin birinci fıkrasının sadece (ç) bendi kapsamında faaliyet göstermekte olan Tronapay Ödeme Hizmetleri'nin faaliyet izni de daha önce geçici olarak durdurulmuştu.

Yeniden doğuş için bir fırsat mı?

Evet, TCMB'nin faaliyet izin iptalleri sektörde, son dönemde uygulanan sıkı regülasyon politikaları ve yüksek denetim standartlarının devamı niteliğinde görülüyor. Gerek müşteri fonlarının güvenliği gerekse sektörün sürdürülebilirliği açısından önemli bir dönüm noktası olarak değerlendiriliyor



MASAK ve TCMB'nin ortak hareketinin, kara para aklamayla mücadele, müşteri fonlarının korunması, kimlik doğrulama süreçleri ve şeffaf raporlama gibi alanlarda çıtayı hiç olmadığı kadar yükselttiği belirtiliyor.

Uzmanlara göre bu tablo, "hızlı para kazanma" peşinde koşan zayıf oyuncuların elenmesini, kalıcı olmak isteyenlerinse regülasyon ve teknolojiye yatırım yaparak güçlenmesini sağlayacak. Kısacası 2025, finansal teknolojiler için bir filtre yılı, sektör içinse yeniden doğuş yılı olacak.

FAALİYETTE BULUNAN ÖDEME VE ELEKTRONİK PARA KURULUŞLARI

Şirket adı	Marka ismi	Kuruluş türü	
1000 Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.	1000 Pay	Elektronik para kuruluşu	
A Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	Morpara	Elektronik para kuruluşu	
Ahlatıcı Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	AHL Pay	Elektronik para kuruluşu	
Aköde Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Tosla	Elektronik para kuruluşu	
As Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.	Moneytolia	Elektronik para kuruluşu	
Aypara Ödeme Kuruluşu A.Ş.	iPara	Ödeme kuruluşu	TMSF yönetiminde
Beeso Elektronik Para ve Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Beeso	Elektronik para kuruluşu	
Belbim Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	İstanbulkart	Elektronik para kuruluşu	
BPN Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	BPN	Elektronik para kuruluşu	
BRQ Link Ödeme Hizmetleri A.Ş.	BRQ Link	Ödeme kuruluşu	
BSM Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.	BSM	Elektronik para kuruluşu	
D Ödeme Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Hepsipay	Elektronik para kuruluşu	
Denizöde Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	DenizPay	Elektronik para kuruluşu	
Dgpara Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş.	Dgpays	Elektronik para kuruluşu	
Dinamik Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Dinamikpay	Elektronik para kuruluşu	
DSM Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	TrendyolPay	Elektronik para kuruluşu	
Efix Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Efix	Ödeme kuruluşu	
Elekse Elektronik Para ve Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Elekse	Ödeme kuruluşu	
Erpa Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.	ErpaPay	Elektronik para kuruluşu	
Faturakom Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Faturakom	Ödeme kuruluşu	
Faturamatik Elektronik Para ve Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Faturamatik	Elektronik para kuruluşu	
Fintlix Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	FairPay	Elektronik para kuruluşu	
Fzypay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Fzypay	Elektronik para kuruluşu	
Garanti Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	Tami	Elektronik para kuruluşu	
Global Ödeme Hizmetleri A.Ş.	GetMoneyGlobal	Ödeme kuruluşu	
Gönderal Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	GönderAL	Ödeme kuruluşu	
Halk Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Parao	Elektronik para kuruluşu	
Hayhay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Hayhay	Elektronik para kuruluşu	
İninal Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	ininal	Elektronik para kuruluşu	TMSF yönetiminde
İstanbul Ödeme ve Elektronik Para A.Ş.	ist-pay	Elektronik para kuruluşu	
İyzi Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	iyzico	Elektronik para kuruluşu	
Junomoney Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	JunoMoney	Elektronik para kuruluşu	
Klon Ödeme Kuruluşu A.Ş.	PaybyMe	Ödeme kuruluşu	

Lidio Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Lidio	Ödeme kuruluşu	
Lydians Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	FUPS	Elektronik para kuruluşu	
Moka United Ödeme Hiz. ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş.	Moka United	Elektronik para kuruluşu	
MoneyGram Turkey Ödeme Hizmetleri A.Ş.	MoneyGram	Ödeme kuruluşu	
MoneyMate Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	MoneyMate	Elektronik para kuruluşu	
Moneyout Elektronik Para ve Ödeme A.Ş.	Moneyout	Elektronik para kuruluşu	
Monypay Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	MoneyPay	Elektronik para kuruluşu	
MPS Ödeme Kuruluşu A.Ş.	MPS	Ödeme kuruluşu	
Mypayz Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Mypayz	Ödeme kuruluşu	
N Kolay Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş.	Pay N Kolay	Elektronik para kuruluşu	
Nomu Pay Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	NomuPay	Elektronik para kuruluşu	
Octet Express Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Octet Türkiye	Ödeme kuruluşu	
Ozan Elektronik Para A.Ş.	Ozan	Elektronik para kuruluşu	
Ödeal Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Ödeal	Ödeme kuruluşu	
Paladyum Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	PeP	Elektronik para kuruluşu	Faaliyet izni geçici olarak durduruldu
Papara Elektronik Para A.Ş.	Papara	Elektronik para kuruluşu	TMSF yönetiminde
Papel Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Papel	Elektronik para kuruluşu	
Paragram Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Paragram	Ödeme kuruluşu	
Parakolay Elektronik Para A.Ş.	Parakolay	Elektronik para kuruluşu	
ParaQR Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	ParaQR	Elektronik para kuruluşu	Faaliyet izni geçici olarak durduruldu
Paratika Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Paratika	Ödeme kuruluşu	
Paratim Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş.	Paratim	Elektronik para kuruluşu	
Parolapara Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Parolapara	Elektronik para kuruluşu	
Pay Fix Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	PayFix	Ödeme kuruluşu	TMSF yönetiminde
Payco Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Payco	Elektronik para kuruluşu	Faaliyet izni geçici olarak durduruldu
Paynet Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Paynet	Ödeme kuruluşu	
Payporter Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.	PayPorter	Elektronik para kuruluşu	
Paytr Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş.	PayTR	Elektronik para kuruluşu	
Paytrek Ödeme kuruluşu Hizmetleri A.Ş.	Paytrek	Ödeme kuruluşu	
Pratik İşlem Ödeme ve Elektronik Para A.Ş.	Pratik İşlem	Elektronik para kuruluşu	
Qnbpay Ödeme Hizmetleri A.Ş.	QNBPay	Ödeme kuruluşu	
Qpay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	QPAY	Elektronik para kuruluşu	
Rubik Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Rubikpara	Elektronik para kuruluşu	
SBM Elektronik Para ve Ödeme Kuruluşu A.Ş.	SBM	Elektronik para kuruluşu	
Sender Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Sender	Ödeme kuruluşu	
Sipay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Sipay	Elektronik para kuruluşu	
Token Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.	Ödero	Elektronik para kuruluşu	
Tom Pay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Tom Pay - Hadi	Elektronik para kuruluşu	
Trend Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Payguru	Ödeme kuruluşu	
Tronapay Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Tronapay	Ödeme kuruluşu	Faaliyet izni geçici olarak durduruldu
TRPOS Ödeme Kuruluşu A.Ş.	TRPOS	Ödeme kuruluşu	
TT Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	TT Ödeme	Elektronik para kuruluşu	
TTM Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Bupara	Elektronik para kuruluşu	
Türk Elektronik Para A.Ş.	Param	Elektronik para kuruluşu	
Turkcell Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	Paycell	Elektronik para kuruluşu	
Turkonay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	TurkOnay	Elektronik para kuruluşu	
Türk Hava Yolları Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	TKPAY	Elektronik para kuruluşu	
UPT Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.	UPT	Elektronik para kuruluşu	
Vakıf Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	VakıfPayS	Elektronik para kuruluşu	
Valenspara Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Valenspara	Ödeme kuruluşu	
Vepara Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Vepara	Elektronik para kuruluşu	
Vezne24 Tahsilat Sistemleri ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Vezne24	Ödeme kuruluşu	
Vizyon Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	VizyonPay	Elektronik para kuruluşu	
Vodafone Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Vodafone Pay	Elektronik para kuruluşu	
Western Union Turkey Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Western Union	Ödeme kuruluşu	
Yemekpay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Yemekpay	Elektronik para kuruluşu	
Ziraat Finansal Teknolojiler Elektronik Para ve Ödeme Hiz. A.Ş.	Ziraat Pay	Elektronik para kuruluşu	



Dijital banka yarışı yeni “katılımlar” ile kızışıyor



Dijital bankacılık kanallarının hızlı büyümesi yeni bir sektörün kapısını açtı. Şubesiz, tamamen dijital ortamda hizmet vermek amacıyla BDDK'dan lisans alan girişimlere her geçen yıl yenileri ekleniyor. Özellikle de faizsiz bankacılık prensipleriyle faaliyet göstermek isteyen “katılım” unvanlı girişimlerin ilgisinde belirgin bir artış var...

Dijital bankacılığın temelleri, 1960’larda bankaların çek işleme ve muhasebe kayıtları gibi süreçleri merkezi bilgisayarlara devretmesiyle atıldı. 1967’de Londra’da kurulan ilk ATM, müşterilerin banka şubelerine gitmeden para çekebilmesine olanak sağlayarak otomasyon odaklı bir dönemin sembolü oldu. 1980’ler ve 1990’larda internetin yaygınlaşmasıyla bankalar, dial-up bağlantılar üzerinden hesap sorgulama ve para transferi gibi hizmetler sunmaya başladı.

1994’te Stanford Federal Credit Union’ın internet üzerinden bankacılık hizmeti veren web sitesi, online bankacılığın erken örneklerinden biri olarak kabul edilir. 2000’li yıllarda internet hızı, e-ticaret altyapısı ve SSL gibi güvenlik teknolojilerinin gelişmesiyle bankalar; havale, EFT, yatırım ve kredi başvurusu gibi işlemleri çevrimiçi kanallara taşıdı. Akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla mobil bankacılık çağı başladı ve “uygulama tabanlı bankacılık” dönemi şekillendi. Sonrasında ise yapay zekâ, açık bankacılık ve blokzinciri gibi teknolojiler, dijital bankacılığı yeniden tanımladı.

Ancak bu süreç, yepyeni bir bankacılık modelini de ortaya çıkardı: Dijital banka!

2009'da ABD'de Ally Bank'ın tamamen şubesiz modeliyle kurulması ve 2014'te Birleşik Krallık'ta Starling Bank'ın mobil odaklı hizmetleriyle öne çıkması, "tam dijital banka" (neobank) kavramını popülerleştirdi.

2025 itibarıyla küresel dijital bankacılık pazarı, 2024'te 15.94 milyar dolar değerinden 2033'e kadar 72.9 milyar dolara ulaşması beklenen bir büyüme ivmesi yakaladı. Bu da yıllık bileşik (CAGR) yüzde 18.6 büyüme oranına tekabül ediyor.

Dijital bankaların net faiz geliri 1.56 trilyon dolara ulaşırken, toplam işlem hacmi yaklaşık 1.4 trilyon dolar olarak kaydedildi. N26'nın Global Banking Index çalışmasına göre, 28 ülkede nüfusun yaklaşık yüzde 23'ü (yaklaşık 450 milyon kişi) dijital banka hesabına sahip.

Türkiye'de de lisans sayısı artıyor

Türkiye'de bankacılık sektörü, BDDK'nın dijital banka lisanslarıyla köklü bir dönüşüm sürecine girdi. Haziran 2025 itibarıyla toplam bireysel ve kurumsal aktif dijital bankacılık müşteri sayısı 121 milyona yaklaştı. Mart 2025'te alternatif dağıtım kanalları üzerinden yapılan işlemler, geleneksel şube işlemlerini geride bırakarak yüzde 80 paya ulaştı. Tam dijital bankaların müşteri sayısına dair net bir veri henüz mevcut değil ama geleneksel bankaların dijital kanallarıyla birlikte toplam aktif dijital bankacılık müşteri sayısı 120 milyonu geçti.

Enflasyonist baskılara rağmen fintek şirketleri, ödeme sistemleri ve yapay zekâ tabanlı çözümlerde liderlik ediyor. KPMG'nin 2024 raporuna göre, açık bankacılık ve dijital finans, sektörde yeni bir denge oluşturdu. Geleneksel bankaların dijital kanalları geliştirme çabalarına ek olarak,

şubesiz çalışan "tam dijital bankalar" müşteri tabanını hızla genişletiyor.

Türkiye'de dijital bankacılık, düşük maliyetli işlemler ve erişilebilirlik avantajlarıyla büyük fırsatlar sunuyor. PwC Strategy'ye göre, bilgilendirme eksikliği ve güven gibi alanlarda gelişim potansiyeli yüksek: Dijital bankalar, müşteri deneyimini iyileştirerek gelirlerini ikiye katlayabilir. ESG zorunlulukları, merkeziyetsiz finans (DeFi) ve yapay zekâ destekli kişiselleştirme, sektörü dönüştürüyor.

Architect'in analizine göre, operasyonel verimlilik odaklı ilerlemeler, Türkiye'yi bölgesel bir fintek merkezi yapabilir. Bu yılın sonunda mobil bankacılık ve IoT entegrasyonunun sektörü, yüzde 20 büyütmesi bekleniyor. Uzmanlara göre, müşteri deneyimi, regülasyon uyumu ve fintek iş birlikleri, Türkiye'de dijital bankaların başarısını belirleyecek.

İşte Türkiye'de tam bağımsız ve bir banka bünyesinde dijital bankacılık hizmeti veren sektör oyuncularıyla ilgili güncel görünüm...



ENPARA BANK

Şubesiz bankacılığın öncüsü

QNB Finansbank'ın 2012 yılında kurduğu Enpara, nihayet bu yıl "Enpara Bank A.Ş." unvanıyla bağımsız bir dijital banka statüsüne kavuştu.

Şubesiz yapısıyla masrafsız hesap açma, kredi ve yatırım hizmetleri sunan banka, Eylül-Ekim 2025'te IBAN geçiş sürecini otomatikleştirerek 3 milyonun üzerinde aktif kullanıcıya ulaştı.

Enpara CEO'su Cumhur Türkmen, "Tam bağımsız yapımızla artık dijital bankacılığı daha erişilebilir kılma olanağına kavuştuk. 2025 yılı sonuna kadar



kullanıcı tabanımızı yüzde 30 genişletmeyi hedefliyoruz. Yapay zekâ tabanlı finansal danışmanlık hizmetlerimizle fark yaratacağız" diyor.

Enpara Bank müşterilerine geleneksel bankacılığın sunduğu birçok hizmeti, şube zorunluluğu olmadan sağlıyor. Ücretsiz EFT ve havale, yatırım yapmak isteyenler için vadeli mevduat hesapları ve fon, döviz alım-satımı gibi imkanlar sunuyor. QNB Finansbank ATM'lerinden ücretsiz para çekme imkanı veren banka, günlük bankacılık işlemleri için herhangi bir ekstra komisyon almıyor.



COLENDİ BANK

Fintekten küresel hedeflere

Girişimci Bülent Tekmen, 2012’de ininal ön ödemeli kartlarıyla başladığı ödeme altyapısı işini 3 yıl sonra devrederek, bugünün güçlü finteklerden biri haline gelen Colendi’yi kurdu. ColendiBank, 2023 yılında BDDK’dan kuruluş izni alarak 2025’te tam dijital banka hale geldi. Böylece Türkiye’nin fintek ekosisteminden doğan ilk dijital banka oldu. Bu yılın ikinci çeyreğinde faaliyete geçen banka, ilk etapta Colendi’nin iş ortaklarından oluşan 19 milyonluk müşteri kitlesine ulaşmayı hedefliyor. SAS ve Linktera ile iş birliği yaparak yapay zekâ tabanlı risk yönetimi ve veri analitiğini güçlendiren banka, Colendi Trader platformuyla yatırımcılara yapay zekâ destekli deneyim sunuyor. Colendi Bank



Genel Müdürü Deniz Devrim Cengiz, “Dijital bankacılığın şampiyonu olacağız. Türkiye’den doğan global bir banka hedefimiz, yapay zekâ odaklı hiper kişiselleştirilmiş deneyimle gerçekleşecek. Temelimiz yapay zekâ, odağımız insan” değerlendirmesini yapıyor. Cengiz, üç aşamalı olarak belirledikleri stratejik planlarını da şu sözlerle anlatıyor:

“Birinci aşamada partnerler üzerinden gömülü finans ürünleri sunulacak. Bu süreç onların önyüzünü kullanarak servis bankacılığı modeliyle yürütülecek.

İkinci aşamada Colendi Bank markasıyla bireylere ve KOBİ’lere ürün ve hizmetler verilecek. Bu fazın gelecek yıl başlaması planlanıyor. Üçüncü aşamadaysa hedef, girişimlerin ve girişimcilerin bankası olmak.



Devrim Cengiz

Bu stratejik hedefler yalnızca bankacılık ürünleri sunmakla sınırlı değil; aynı zamanda girişimlerin ihtiyaç duyduğu tüm finansal altyapıyı sağlamak anlamına geliyor. Colendi’nin hedefi sadece Türkiye’de faaliyet göstermek değil. Önce Türkiye’de dijital bankacılığın ulusal şampiyonu olmak, ardından da bu modeli dışarıya taşımak istiyoruz. İlk olarak Türk Cumhuriyetleri, Doğu Avrupa ve MENA bölgesine ulaşip sonrasında global bir iş modeline doğru gitmeyi hedefliyoruz. Bu bölgelerde lisans başvurularımız var, partnerlerimizle sonuçlandırdığımız lisanslar mevcut. Bu noktada 100 milyon müşteriye ulaşmayı hedefliyoruz. Vizyon olarak da uzun vadede tarih belirtmeksizin dünyada partner ağımlı ulaşabileceğimiz müşteri sayısını 1 milyara taşımak istiyoruz.”

ZİRAAT DİNAMİK BANKA

Ziraat, dijital banka dünyasına “Dinamik” ile girdi

Ziraat Bankası’nın iştiraki Ziraat Dinamik Banka, 2024’te faaliyet izni alarak 7 Mayıs 2025 itibarıyla müşteri kabulüne başladı. 2025 yılı ilk yarı solo bilançosunu açıklayan banka, bu dönem için 359 milyon TL kâr açıkladı. Bu tutar, 2024 yılının ilk yarısındaki 252 milyon TL’lik kâra göre yüzde 43 artışa işaret ediyor.

Bankadan yapılan açıklamada, aktif büyüklüğün yıl sonuna göre yüzde 19 oranında artarak 5 milyar 379 milyon TL’ye ulaştığı, öz sermayenin de yüzde 14.1 artışla 2 milyar 916 milyon TL seviyesinde olduğu belirtildi.

Ziraat Bankası Dijital Bankacılık ve Ödeme Sistemleri Genel Müdür Yardımcısı ve aynı zamanda Ziraat Dinamik Banka Yönetim Kurulu Başkanı Cüneyt Sağlık,



Cüneyt Sağlık

bankanın kurulu amacı ve hedefleriyle ilgili şu değerlendirmeyi yapıyor: “Ziraat Bankası, yaklaşık 23 milyon aktif dijital müşterisiyle Türkiye’nin en fazla dijital bankacılık müşterisine sahip bankası konumunda. Ziraat Finans Grubu’nun müşteri tabanını daha da genişletmek, yeni bir müşteri deneyimi ve yeni bir yüzle



raat Dinamik ile birlikte dijitalin geleceğine taşımayı amaçlıyoruz.”

farklılık oluşturabilmek, fiziki şubelerin bulunmadığı yeni bir hizmet modeline ve yarımlara şimdiden yatırım yapabilmek amacıyla Ziraat Dinamik Banka kuruldu. Geçmişten gelen Ziraat gücünü, deneyimini ve güvenilirliğini, Ziraat Dinamik ile birlikte dijitalin geleceğine taşımayı

TOM BANK

İlk dijital katılım bankası

Aydın Grup bünyesinde 2023 yılında kurulan TOM Bank, faizsiz finans yaklaşımıyla faaliyet gösteriyor. Aydın Grup’un A101, English Home, Eve ve Memorial Sağlık gibi markalarıyla büyük bir müşteri kitlesine ulaşması, finansal hizmetleri daha geniş bir kitleye sunmak için önemli bir fırsat oluşturdu. Brezilya’daki Nubank örneğini inceledikten sonra da Türkiye’nin ilk dijital katılım bankası olan TOM Bank kuruldu.

1 milyon müşteri barajını aşan banka, bireysel müşteri sayısında ilk 10’u hedefliyor. TOM Bank CEO’su Onur Özkan, “2025’te 2 milyon müşteriye ulaşacağız. Hadi Veresiye ürünümüzü 1.5 milyon kişiye ulaştırarak sektöre katkı sunacağız. Dijital bankacılığın çevikliğiyle, sektöre emek veren profesyonellere özel çözümler üretiyoruz” diyor.

TOM Bank para yükleme, para çekme, QR ile ödeme yapma ve fatura ödeme gibi temel bankacılık hizmet-

TOM•Bank

lerini ücretsiz veriyor. Ayrıca Hadi Veresiye uygulamasıyla 2 aya kadar ödemesiz alışveriş imkanı sunuyor. Altın Biriktiren Hesap ürünüyle Hadi Kredi Kartı üzerinden talimat verilerek avantajlı fiyatlardan altın satın almak da mümkün.

TOM Bank’ın Aydın Grup dışındaki ortağı Dubai İslam Bankası (DIB). Banka, ilk yatırımını 2023 yılında yüzde 20 hisse satın alarak yapmıştı. Özkan, bu ortaklığın oluşturduğu sinerjiyi şöyle yorumluyor:



Onur Özkan

“Müşteri tabanımızın hızla büyümesi, ürünlerimizin gördüğü yoğun ilgi ve operasyonel başarılarımız sayesinde DIB, yüzde 5’lik opsiyon payını da satın alarak ortaklığını yüzde 25’e çıkardı. Bu yatırım, TOM Bank’ın büyüme stratejisinin sağlam temellere dayandığını ve uluslararası arenada da güven verdiğini bir kez daha gösteriyor. Yalnızca bir dijital banka değil, sektörde ezberleri bozan ve geleceğin finans dünyasını şekillendiren bir ‘oyun değiştirici’ (game changer) olmayı hedefliyoruz. Bu yatırım da bu vizyonu güçlendiren en önemli adımlardan biri oldu.”

FUPS BANK

Ödeme sistemlerinden bankacılığa uzandı

BDK’dan Eylül 2022 tarihinde FUPS Bank A.Ş. unvanıyla dijital mevduat bankası kuruluş izni alındı. 1.5 milyar TL sermayeli bankanın kurucu ortakları; Lydians Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri, Fatih Tosmur, Hüseyin Cem Başçı, Elif Tosmur ve Eysa Tosmur’dan oluşuyor.

FUPS, halen bağlı ortaklığı Lydians’ın yetkilerini kullanarak hizmet veriyor. Türkiye Cumhuriyet Merkez



Bankası yetkili kuruluşu olan Lydians, Principal statüde Visa üyesi konumunda. Aynı zamanda Bankalararası Kart Merkezi (BKM) üyesi olup Payment Card Industry (PCI) ve Data Security Standard (DSS) sertifikasyonlarına sahip.

FUPS’un dijital hesabı ve kartı sayesinde para transferi, fatura/abonelik ödemeleri, e-pin alışverişi, sanal ve fiziksel kart ile ödemeler 7/24 kesintisiz olarak yapılabilir.



N KOLAY

Aktif Bank'ın dijital markası

Aktif Bank'ın dijital markası N Kolay, 2017'den beri şubesiz bankacılık hizmeti veriyor. 6 milyon kullanıcıya ulaşan platform, Robo Danışman özelliğiyle kişiselleştirilmiş yatırım önerileri sunuyor.

Aktif Bank Genel Müdürü Ayşegül Adaca Oğan, N Kolay'ın 2024 yılı performansını şöyle özetliyor: "Türkiye'nin en büyük finansal teknolojiler ekosistemi kimliğimizin yansıması, dijital bankacılık uygulamamız N Kolay başarılı performansını 2024 yılında da sürdürerek 6 milyonu aşkın kullanıcıya ulaştı. N Kolay Kredi ve Kolay Nakit gibi ürünlerimizin erişim ağını genişleterek hem bireysel müşterilerimize hem de iş ortaklarımıza daha kazançlı modeller sunduk. Fiziki satış kanallarıyla 2 bin 600'den fazla noktada

N KOLAY

sunduğumuz hizmetlerle bu etkiyi yaygınlaştırdık."

"N Kolay ile müşteri tabanımızı daha da genişletmek, dijital müşteri

edinimini hızlandırmak ve yapay zekâ destekli akıllı ürünlerle kullanıcı deneyimini farklı bir seviyeye taşımak, 2025 ajandamızda öncelikli konular arasında yer aldı" diyen Oğan, bu yılki çalışmalarla ilgili de şu bilgileri paylaşıyor:

"N Kolay çatısı altında müşterilerimize sunduğumuz yapay zekâ destekli yatırım danışmanı hizmetimiz Robo Danışman ile yatırımı daha kolay hale getirir-

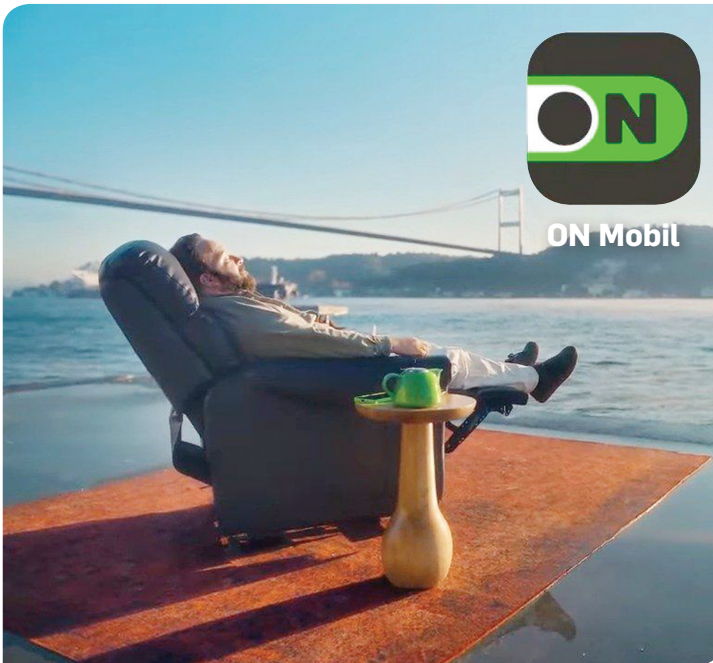


Ayşegül Adaca Oğan

dik. İş birliklerimizle de kredi erişimini daha geniş bir tabana ulaştırdık. N Kolay ilk 6 ayda hedef ve projelerimizle paralel iyi bir performans gösterdi. Yılım ikinci yarısı itibarıyla da ürün ve hizmet yelpazemizi sektörde ilk olacak öncü projelerle genişletmek üzere yoğun bir çalışma içerisindeyiz."

ON DİJİTAL BANKACILIK

Burgan Bank'ın dijital yüzü



Burgan Bank'ın dijital bankacılık markası ON, 3 yılda 1 milyon müşteriyi aşarak büyümesini sürdürürken, 2025 sonuna kadar 2 milyon, 5 yıl içinde ise 5 milyon müşteriye ulaşmayı hedefliyor.

Burgan Bank ON Dijital Bankacılık yetkilileri, "ON Dijital Bankacılık olarak, müşteri odaklı bankacılık vizyonuyla kullanıcılarımıza hız, pratiklik ve sade tasarım sunuyoruz. Dijitalleşmenin sağladığı maliyet avantajını müşterilere finansal fayda olarak sunmaya çalışıyoruz. Müşterilerimize bir vaadimiz de 'Dünya döndükçe EFT, havale, FAST ücreti yok!' Müşterilerimiz bugüne kadar para transferlerinde hiç ücret ödemeyerek 53 milyon liranın üzerinde tasarruf etti" bilgisini veriyor.

Ayrıca ON Dijital Bankacılık müşterilerine özel kredide düşük, mevduatta yüksek faiz oranları sunuluyor. ON FX, hisse senedi, VIOP, fon ve ON ROBO ile yatırım odaklı dijital bankacılık ürünü de olan ON Dijital Bankacılık, yurt dışı para transferi ve kripto para borsalarında para transferi hizmetleri de vermeye başladı. Platform üzerinden onlarca kampanyayla giyimden ayakkabıya, otomobilden elektronik eşyaya kadar 26 farklı sektörde avantajlar sunuluyor.

HAYAT FINANS

10 milyon kullanıcı hedefiyle liderliğe göz dikti

Temelleri 1937 yılında atılan ve 17 ülkede faaliyet gösteren Hayat Holding'in finans sektöründeki yatırımı Hayat Finans, 2 yıl içinde 1 milyon kullanıcı sayısına ulaştı. Hayat Finans müşterilerine bireysel bankacılık, ticari bankacılık, KOBİ bankacılığı, hazine işlemleri, yatırım bankacılığı ve özel bankacılık gibi geniş bir hizmet yelpazesi sunuyor. KOBİ'lere özel önem veren kuruluş, dijital hesap açılışı, evraksız finansman tahsisi ve dijital finansman kullandırımının yanı sıra dijital teminat mektubu, DBS, Business kart gibi çözümlerle KOBİ'lerin ihtiyaçlarına hızlı, pratik ve düşük maliyetli çözümler sunuyor.

Hayat Finans, önümüzdeki dönemde kullanıcı deneyimini daha da kişiselleştirmek için yapay zekâ destekli öneri motorları ve veriye dayalı çözümler geliştirmeyi planlıyor. Finansal kapsayıcılığı artırmayı önceliklendiren banka, özellikle gençler, finansal sisteme yeni katılanlar ve dijital kanal kullanıcıları için erişimi kolaylaştırmayı hedefliyor. Bankanın 5 yıllık hedefleri arasında, dijital katılım bankacılığı segmentinde bireysel kullanıcı adedi ve dijital kanal kullanımında liderlik yer alıyor.

Hayat Finans, 5 yıl içinde fintek iştiraki Hayat Pay ile birlikte 10 milyon kullanıcıya erişmeyi amaçlıyor. Ayrıca yatırım, sigorta, dijital cüzdan ve açık bankacılık gibi alanlarda ürün yelpazesini genişleterek her bireyin finansal yolculuğuna eksiksiz eşlik etmeyi planlıyor. Hayat Finans Genel Müdürü Galip Karagöz, bankanın vizyon ve misyonunu şöyle özetliyor: "Dijital bir banka olarak, geleneksel bankacılığın kısıtlamalarından uzak, çevik ve yenilikçi bir yapıya sahibiz. Bu avantaj, kullanıcı ihtiyaçlarına hızla yanıt veren, ya-



Galip Karagöz

pay zekâyı ve teknolojiyi merkeze alan, operasyonel verimliliği maksimize eden bir hizmet modeli geliştirmeyi sağlıyor. Her bir kullanıcıya daha kişiselleştirilmiş, hızlı ve maliyet etkin çözümler sunabiliyoruz. Tamamen dijital bir banka olarak, süreci dijitalleştirmekle kalmadık, bankacılığı dijitalin doğasına göre yeniden tasarladık. Hiçbir şubeye ihtiyaç duymadan, tüm bireysel ürünlerimizi birkaç adımda erişilebilir hale getirdik. Katılım bankacılığı prensipleriyle faaliyet gösteren bir dijital banka olarak, bu alanda Türkiye'de bir ilki temsil ediyoruz."

ADİL KATILIM BANKASI

Faizsiz bankacılık prensipleri ve "adil paylaşım hakkı" sloganıyla yola çıktı

Adil Katılım Bankası, BDDK'dan 19 Eylül 2025 tarihinde lisans alarak dijital katılım bankacılığı hizmeti vermeye başladı. 3 milyar TL sermayeyle hayata geçen bankanın kurucu ortakları arasında Ali Emre Ballı, Murat Yönaç, Özberk Çetinkaya, Ali Paslı ve Fahri Akcan bulunuyor.

"Adil paylaşım herkesin hakkı" sloganıyla yola çıkan Adil Katılım Bankası, misyon ve vizyonunu şu açıklamayla kamuoyuna duyurdu:

"Faizsiz bankacılık prensipleriyle dijital çözümleri bir araya getiriyor, bireyler ve işletmeler için hızlı, güvenli ve erişilebilir bir finansal deneyim sunmayı hedefliyoruz. Geleneksel yaklaşımların ötesine geçerek, güven



odaklı ve 'adil' bir paylaşımı esas alan, kapsayıcı ve şeffaf bir finansal ekosistem kuruyoruz.

Girişimcilerden KOBİ'lere, yatırımcılardan öğrencilere herkesin ve her

kesimin finansal ihtiyaçlarını karşılamaya ve sürdürülebilir bir geleceğin inşası için ülkemizin yeşil ekonomik dönüşümüne katkı sunacak yatırımları desteklemeye hazırlanıyoruz.

Günün teknolojisini katılım bankacılığı ilkeleriyle buluşturuyoruz. İnsan odaklı yaklaşımımızla, her ilişkide güven, her hizmette dijital kolaylık sunuyoruz. Sorunlara çözüm sunmayı bir değer yaratma fırsatı olarak görüyor, kapsayıcılığı bir standart olarak kabul ediyoruz. Toplumsal faydaya katkı sağlamak için varız."



VERİ MERKEZLERİNİ değer merkezlerine dönüştürmenin tam zamanı!



Mehmet Ali Tombalak
TÜBİSAD Yönetim Kurulu Başkanı



Aslıhan Güreşçier
Equinix Türkiye Genel Müdürü

Dijital çağda veri merkezlerini yalnızca altyapı olarak görmemek gerekiyor. Bunlar aynı zamanda ülkenin dijital bağımsızlığını, ekonomik büyümesini ve inovasyon gücünü taşıyan stratejik değer merkezleridir.

TÜBİSAD olarak bizler, üyelerimiz arasında yer alan veri merkezi firmaları ve yönetim kurulumuzda bu alanı temsil eden sektör liderleriyle birlikte, bu stratejik önemi güçlü biçimde savunuyoruz. Çünkü Türkiye'nin geleceği, veriyi yalnızca depolayan değil, işleyen, dönüştüren ve ekonomik değere çeviren bir ekosistem kurmaktan geçiyor.

Veri merkezleri neden değer merkezidir?

■ **Ekonomik katkı:** Türkiye'de veri merkezi sektörü halihazırda 1 milyar dolar düzeyinde bir ekonomik

büyüklük yaratıyor ve binlerce kişilik istihdam sağlıyor. Bu büyüklük yalnızca başlangıç.

■ **Dijital ekosistemin temeli:** Bankacılıktan e-ticarete, üretimden yapay zekâya kadar tüm dijital hizmetlerin kalbi veri merkezlerinde atıyor.

■ **Bölgesel güç:** Türkiye, Avrupa-Orta Doğu-Afrika üçgeninde stratejik bir konuma sahip. Veri merkezleri sayesinde İstanbul, yeni dijital İpek Yolu'nun merkezlerinden biri olma yolunda. Özellikle bulut ve yapay zekâ platformları açısından Ankara ve çevresi de alternatif bir bölge haline gelmeye başladı.

■ **Yüksek işlem gücü:** Yapay zekâ çağında yalnızca depolama değil, GPU/TPU tabanlı yüksek işlem gücü sağlayan merkezler Türkiye'nin küresel rekabette öne çıkmasını sağlayacak.

■ **Güçlü yanımız:** Türkiye, bölgenin en güvenli, en ölçekli ve en yetkin ülkesi olarak veri merkezi yatırımlarında en cazip adreslerden biri.

Dijital ekosisteme etkisi

Veri merkezleri, inovasyonun ve girişimciliğin büyüme zemini. Startup'ların ölçeklenebilmesi, üniversitelerin araştırmalarını küresel standartlara taşıyabilmesi ve yerli teknoloji şirketlerinin dünyaya açılabilmesi için güvenilir, yüksek kapasiteli, düşük gecikmeli altyapıya ihtiyaç var.

■ **Bulut ve yapay zekâ ekosistemi:** Yüksek işlem gücüne sahip veri merkezleri, yapay zekâ algoritmalarının geliştirilmesi ve çalıştırılması için kritik.

■ **Bölgesel konum:** Türkiye, Avrupa-Orta Doğu-Afrika üçgeninde stratejik bir köprü. İstanbul, yeni dijital "Silk Road"un (İpek Yolu) merkezlerinden biri olma yolunda ilerliyor.

■ **Dijital bağımsızlık:** Yerli kapasite artırıldıkça, Türkiye küresel oyunculara bağımlılığını azaltıyor; kendi ekosistemine güvenlik ve sürdürülebilirlik kazandırıyor.

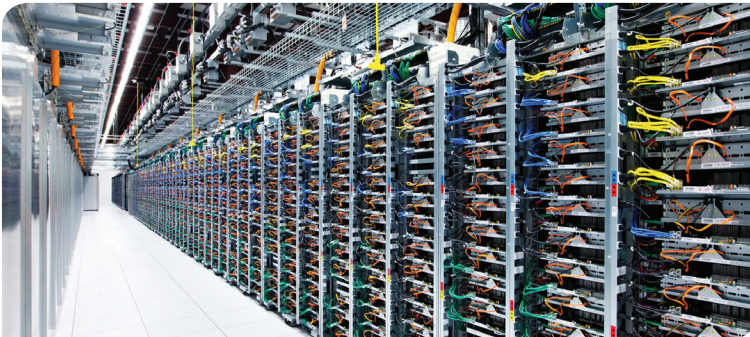
Ekosistem zenginliği:

Girişimlerden kurumsallara

Veri merkezleri, yalnızca kurumsal firmaların değil; girişimlerin, KOBİ'lerin ve üniversitelerin de büyüme zemini. Bu merkezler;

- Startup'ların hızlı ölçeklenmesini,
- Kurumsal firmaların güvenle dijitalleşmesini,
- Farklı dikeyleri bir araya getiren zengin bir ekosistemin gelişmesini mümkün kılıyor.

Türkiye'nin dijital geleceği, işte bu çeşitliliği besleyen ortak zeminle güçleniyor.



Türkiye, 400 MW civarındaki toplam veri merkezi kapasitesiyle Polonya ve Çekya seviyesinde. Orta Avrupa ligi ortalaması 500 MW. 2.000 MW'lik Almanya ve 1.500 MW'lik Hollanda'nın dahil olduğu Batı Avrupa ligi ise bu alandaki potansiyelin ne denli yüksek olduğunu gösteriyor...

İhracat ve küresel rekabet

Türkiye'de geliştirilen yazılımlar ve dijital servisler bugün dünya pazarlarında hızla büyüyor. Bu ihracatın sürdürülebilir şekilde artabilmesi için güvenilir, yüksek kapasiteli veri merkezleri kritik rol oynuyor. Veri merkezleri, yazılım ve servis ihracatımızın görünmeyen altyapı gücü.

Ayrıca Türkiye, "globalden yerele-yerelden bölgeleşme" yaklaşımıyla hem küresel oyuncuların yatırım yaptığı hem de yerel oyuncuların bölgesel ölçekte büyüme potansiyelini sergilediği bir pazar konumunda.

Türkiye pazarı: Mevcut durum ve potansiyel

■ **2024-2025 başı:** In-house (bankalar, telekom, holdingler, kamu) olarak 250-280 MW arasında bir barındırma (dış kaynak) kapasitesi bulunuyor. Equinix, KoçSistem, Bulutistan, İşNet, Turkcell, Türk Telekom, Teknotel Telekom, Radore gibi kurum ve kuruluşlarda bulunan 120-140 MW'lik kapasite de dahil edildiğinde 370-420 MW'lik toplam kapasite söz konusu.

■ **Yakın gelecek (2025-2030):** Equinix, Turkcell, Türk Telekom, Türksat Uydı Haberleşme Kablo TV ve İşletme A.Ş. ile yabancı ortaklı diğer yatırımlar (EDGNEX, Khazna, GDC vb.) yeni tesislerle kapasite artırıyor. Yapım ve plan aşamasındaki projeler de eklendiğinde toplam kapasite 500 MW bandına ulaşacak. Uluslararası raporlara göre Türkiye'nin kapasitesi 2028-2030 arasında 500-750 MW aralığına çıkacak.

Küresel karşılaştırma ve potansiyel

Türkiye, halen yaklaşık 400 MW civarında kapasitelere sahip Polonya ve Çekya seviyesinde. 500 MW bandına çıktığımızda Orta Avrupa ligine yaklaşmış olacağız. Batı Avrupa (Almanya 2.000 MW, Hollanda 1.500 MW) ile kıyasladığımızda ise önümüzde devasa bir büyüme fırsatı var.



ABD'de yapay zekâ yatırımlarının yüzde 40'tan fazlası donanım ve veri altyapısına ayrılıyor. Çin de 2023'te yalnızca yapay zekâ işlem altyapısına 14 milyar dolarlık yatırım yaptı.

Türkiye de bu yarışta geride kalmamak için özel işlem gücü yüksek merkezlere odaklanmak zorunda.

Politika ve strateji önerileri

■ **Kamu-özel iş birliği:** Kamu yalnızca düzenleyici değil, aynı zamanda veri merkezi hizmetlerinin ilk müşterisi olmalı. Bu yaklaşım aynı zamanda, kamu kaynaklarının verimli kullanılmasında da kritik önemde.

■ **Yapay zekâ ve veri merkezlerine stratejik statü:** Girişimlerin önünü açacak finansal/vergisel teşvikler sağlanmalı.

■ **Ortak yatırımlar:** Dağınık kapasite yerine, paylaşımlı GPU havuzları ve ortak işlem merkezleri verimliliği artıracaktır.

■ **İnovasyon dostu regülasyon:** AB'nin ağır düzenlemelerinden ziyade, Güney Kore ve ABD örneklerinden ilham alınmalı.

■ **Enerji yatırımları:** Mevcut durumda Türkiye, enerji bulunurluğu açısından, ana Avrupa pazarlarına göre daha iyi durumda. Ancak enerji yatırımlarının devamlılığı, yeşil enerjinin yaygınlaşması için atılacak ilave adımlar ve enerji tedarikine ilişkin düzenli raporlama altyapısı (kullanıcı profiline uygun fiyatlama, ne oranda yeşil enerji kullanıldığı vb detayda) cazibeyi daha da artıracaktır.

Şimdi karar zamanı

Türkiye, veri merkezlerini birer değer üretim üssü olarak görüp güçlendirdiğinde; yazılımlarıyla, dijital servisleriyle ve ekosistem çeşitliliğiyle yalnızca teknoloji tüketen değil, dünya pazarlarına değer ihraç eden, bölgenin en güvenli, en ölçekli ve en yetkin dijital gücü haline gelecektir. ☹

“Pazarlama değişimi anlatmakla yetinmemeli, onu yaşatmalı”

Sipay’ın pazarlamadan sorumlu üst düzey yöneticisi (CMO) Zehra Tuğçe Eröl, farklı sektörlerde edindiği deneyimlerden gelen çok yönlü bakış açısını bugün fintek dünyasında güven ve yeniliği aynı çatı altında buluşturmak için kullanıyor. Eröl, pazarlamayı yalnızca “anlatan” bir fonksiyon olmaktan çıkarıp işin kendisini dönüştüren bir güç haline getirmenin peşinde.

Kariyerinin başında lider olmayı hayal etmediğini, onun doğal olarak geldiğini anlatırken, “İř benim için hep bir oyun oldu” diyor. Eröl, rutini değil keşfi tercih eden yaklaşımıyla değişimden besleniyor; pazarlamayı veriyle, hikâyeyle ve müşteri yolculuğuyla yeniden tanımlıyor...



Zehra Tuğçe Eröl
Sipay CMO’su



Tülin Çakmak
tcakmak@psmmag.com

Zirve Sohbetleri

Önce kısaca sizi tanıyabilir miyiz?

Endüstri mühendisiyim. Kariyerime bir bankada yönetici adayı (management trainee) olarak başladım ama yolculuğum zamanla CRM, reklamcılık ve pazarlamaya doğru evrildi. Kendimi ve yeteneklerimi yolda tanıdım, her adımda biraz daha keşfettim.

Ajans tarafında TBWA, Lowe gibi global şirketlerde; marka tarafında Arçelik, Samsung, Hopi gibi büyük yapılarda çalıştım. Mobil oyun sektöründe Netmarble Türkiye’de bulundum; kurucu ortağı olduğum UAhero ile girişimcilik tarafını deneyimledim ve ürünümü zü TapNation’a satma başarısı gösterdik.

Halen de Sipay’de CMO olarak, fintek alanında güvenilir ve yenilikçi bir markayı, ekip yapısından pazarlama faaliyetlerine kadar ezberleri bozarak ortaya koymaya çalışıyorum.

25 yıllık iş geçmişinizde önemli markalarda görev aldınız. Bu geniş perspektif size nasıl bir vizyon kazandırdı? Sipay ile yollarınız nasıl kesişti ve bu rolde sizi en çok heyecanlandıran ne oldu?

Farklı sektörlerde hem stratejik hem operasyonel roller almam adaptif düşünme yetimi oldukça geliştirmedi sağladı. Gerek ajans gerekse müşteri tarafında bulunmak, büyük resme hâkim olmak ve hazırlıklı olmak için alternatifli, çok yönlü düşünme yeteneği kazandırdı. Oyun sektörüne geçtiğimde, müşteriyi merkeze koymanın ne demek olduğunu o zamana kadar tam anlamıyla bilmediğimi fark ettim. Bu benim için önemli bir dönüm noktası oldu.

Hopi’deki yolculuğumda finansın özgürleşmesi ilgimi çekti; kısa süreli idealist bir blokzinciri ve Web3 deneyimim oldu. Bu sayede paranın yolculuğunda teknolojinin etkisini daha derinden kavradım.

Türkiye’de bankacılık sektörü teknik açıdan çok ileri ama büyük yapılar oldukları için çeviklik sınırlı. Fintekler ise çeviklikleri ve inovasyona olan iştahlarıyla beni içine çekti. Sipay ile yollarımız da bu merakla kesişti. Burada beni en çok heyecanlandıran, güven ve yeniliği aynı çatı altında buluşturmak; pazarlamayı sadece anlatan değil, işin kendisini dönüştüren bir güç haline getirmek.

Kariyer yolculuğunuzun başında nasıl bir lider olmayı hayal ediyordunuz?

Açık söylemek gerekirse, kariyerimin başında lider olmayı hiç hayal etmedim. Önceliğim öğrenmek, anlamak ve sonra Tuğçe olarak işi yorumlayıp kendi tarzımla yapmak. Sınırlardan hiç hoşlanmam; ne işimde ne zihnimde. Hep ekip çalışmasıyla yaratmak, birlikte daha iyisini yapmak istedim. Her görevde bir öncekinin üstüne koyarak daha iyisini üretmeyi hedefledim. İş benim için hep bir oyun oldu; kendimi zorladığım, geliştiğim bir oyun.

Liderlik ise doğal olarak geldi. Benim için liderlik bir sorumluluk: Öğretmek, ekiple birlikte öğrenmek, değişime öncülük etmek, belirsizliği yönetmek ve kendine güvenen bir ekip ruhu inşa etmek. Bugün hâlâ beni en çok motive eden, liderliğin bitmeyen bir yolculuk olması; her gün yeniden öğrenmek, gelişmek ve daha iyisini yapmak için bir fırsat sunması.

Fintek sahnesinde güçlü bir marka yaratmanın püf noktaları neler?

Güven en kritik unsur. Ama güven sadece sağlamlık değil, aynı zamanda sürekli değer yaratmaktır. Finansal gücünüz kadar uzmanlığınız da verdiğiniz güvenin bir parçası. Bu, ürün çeşitliliğiyle, teknolojinin çevikliğiyle ve değişimi yöneten bir vizyonla birleşmeli.

Sipay’ın pazarlama stratejisinde bu iki ayağı bir arada taşıyoruz: Güvenilir, regülasyonlara uyumlu bir yapıyla her gün kullanıcıya yenilik ve fayda sunmak. Bunun ötesinde, pazarlama ekibimizi klasik fintek pazarlama ekiplerinden farklı bir yaklaşımla kurduk.

Sektör genelinde ürün anlatır; biz odağımıza faydayı ve duyguyu koyduk. Bu ciddi bir hikâye anlatıcılığı kası demek. Marka direktörümüz kreatif ajans kökenli, başarılı bir metin yazarı. Eğer değişim yaratmak istiyorsanız, işin nasıl yapıldığını sorgulamakla başlamalısınız; biz bu sorgulamayı ekip yapısından başlattık.

Sektör sürekli değişip, dönüşüyor. Bu yoğun değişim içinde sizi en çok ne motive ediyor?

Beni en çok motive eden şey değişimin kendisi. Rutinde kalmak değil, bilinmeyen keşfetmek bana enerji veriyor. Müşterilerin beklentisinin ötesine geçen çözümler sunmak, veriden içgörü çıkarıp onu anlamlı hikâyelere dönüştürmek, birlikte öğrenmek ve büyümek... Ayrıca, pazarlamanın sadece anlatan değil, ürünün ve deneyimin ta kendisi haline gelmesi fikri de beni çok besliyor.

Gelecekte pazarlama liderleri için hangi beceriler kritik olacak?

Artık pazarlama liderleri sadece marka yönetmekle sınırlı kalamaz. Stratejiyle operasyonu birleştirmek, farklılaşmayı sağlayacak yatırımları yönlendirmek ve müşteri yolculuğunu en kritik yatırım alanı olarak görmek gerekiyor. Bunun için hem ekipleriyle hem CEO ve yatırımcılarla aynı masada güçlü şekilde konuşabilmek, ikna kabiliyeti yüksek, değişimin öncüsü olan çok yönlü liderler olmalıyız.

Veri analizi, güçlü hikâye anlatımı, yapay zekâ ile sü



reçleri optimize etme becerisi, kültürler arası ekipleri yönetebilme kabiliyeti yeni dönemin olmazsa olmazları. Sipay'de biz de bu anlayışla pazarlama ve operasyonu yakınlaştırdık, müşteri yolculuğunu sürekli iyileştiren bir model kurmaya odaklandık.

Sizi en çok etkileyen vizyoner lider kim oldu?

Çok şanslıyım, farklı dönemlerde çok değerli liderlerle çalıştım: Cem Topçuoğlu, Tülin Karabük, Ümit Boyner, Elif Çapçı, Onur Erbay, Barış Özistek ve tabii ki Cem Boyner. Hepsi bana liderliğin farklı yüzlerini gösterdi.

Globalde, Bob Iger'ın vizyonu, Steve Jobs'ın detaylara saplantılı titizliği, Ray Dalio'nun sistematik yaklaşımı ve Sheryl Sandberg'in karmaşık konuları yalın bir şekilde aktarabilmesi, dayanıklılığı ve insanı merkeze alan liderlik yaklaşımı bana ilham veren örnekler diyebilirim. Bu isimlerden öğrendiğim, liderliğin sadece başarı değil; değerleriyle yol göstermek, insanı merkeze almak ve zor anlarda bile dik durabilmek olduğu.

Kadın liderlik bağlamında sizin deneyimlerinizi de aktarmak isteriz. Türkiye'de kadın olmanın getirdiği özgün zorluklar neler?

Kadın olmanın getirdiği zorlukları tanımak önemli ama kendinizi bu zorluklarla tanımlamamak daha önemli. İş hayatında çoğu zaman "kendini ispat etme" baskısı hissediliyor. Ama ben şanslıyım. Kadınların gücüne inanan erkek liderlerle çalıştım ve bu destek yolculuğumda bana güç verdi. Zorlukları daha az his-

settiğim dönemler, kendime güven duygumu pekiştirdi. Kadınların finteke katkısı büyük olacak. Birincisi, finansal ürünleri farklı ihtiyaçlarla yoğurup daha kapsayıcı çözümler yaratacaklar. İkincisi, erkek egemen sektörlerde çeşitliliği artırarak inovasyonun önünü açacaklar. Bu yüzden kadınların varlığı sadece temsil değil, sektörün geleceğini güçlendiren bir dinamik.

Kariyerinin başındaki genç kadınlara hangi tavsiyeyi verirdiniz?

Kendilerini iyi tanınsınlar. Güçlü oldukları alanları bilmek kadar, zayıf kaldıkları noktaları da fark etmeleri çok önemli. Cesur olsunlar, hata yapmaktan hiç korkmasınlar. Çünkü hata, öğrenmenin en iyi yolu. Ve en önemlisi networking. Bir kişinin kendisini geliştirmesi için açık zihinlerle sürekli bir öğrenme döngüsünde olması gerekiyor. Bu doğrultuda farklı sektörlerdeki etkinliklerde bulunmak, sektör içinde fikir alışverişinde bulunabilecekleri topluluklarda yer almak ve mentorluk ilişkileri kurmak son derece kıymetli.

Sosyal sorumluluk projelerinde aktif misiniz?

Teknoloji ve oyun sektörlerinde kadınlara yönelik projelere destek verdim. Sipay'de de bu konuda adımlarımız var. Yakın gelecekte daha kapsamlı programlar hayata geçireceğiz. Bireysel olarak da genç kadınlara ve kadın girişimcilere mentorluk yapma fırsatlarını değerlendiriyorum. Deneyim paylaşımı ve yol gösterme anlamında sorumluluk almayı çok önemsiyorum.



İş dışındaki Tuğçe nasıl vakit geçiriyor?

Araba kullanmayı severim. Uzun ve özellikle yalnız kat ettiğim yollar benim için büyük keyif. Tiyatro hayatımda vazgeçilmez. Babam tiyatro sanatçısı olduğu için, sahne ve hikâye anlatıcılığı evimizin bir parçasıydı. İnsan davranışları ve onu etkileyen faktörler ilgimi çeker. Robert Sapolsky hayranıyım. Yüksek seviye dikkat dağınıklığı yaşayan zihnimin her şeyi merak eden hali, dönemsel yoğun ilgilerim olmasına yol açıyor. Bir şeyi özüyle anlamak ve sonra "bu tamam" deyip bir sonrakine geçmek hobi dünyamın özeti sayılabilir.

Ekleme istedikleriniz...

Pazarlama benim için bir meslek değil, kendimi ifade etme, değer yaratma ve sürekli öğrenme biçimi. En büyük motivasyonum ekiplerle birlikte öğrenmek, birlikte yaratmak ve birlikte büyümek. Kadınlara da gençlere de söylemek istediğim şu: Sınırları sorgulamaktan çekinmeyin. Bir de zirve yolunda birlikte yürüdüğüm tüm yol arkadaşlarıma, mentorlerime ve benimle çalışan ekiplerime teşekkür ederim. ☺

Smart-i Award 2025 ödülleri sahiplerine kavuştu, sırada Mastercard PSM Awards var!



Mastercard PSM Awards ve WSpark “Başarıyla Parılayan Kadınlar” örneklerinde olduğu gibi yine bir Erişim Medya Grubu organizasyonu olan Smart-i Awards’ın 2025 yılı kazananları, 14. Sigorta Haftası ve 4. Uluslararası Sigorta Zirvesi kapsamında 29 Eylül 2025 Pazartesi günü Swissôtel The Bosphorus’ta düzenlenen törenle sahiplerini buldu.

Yarışma için bu yıl da yüzlerce başvuru geldi. “Dijital Dönüşüm”, “Ekosistem Geliştiren İş Birlikleri”, “En İnovatif Ürün”, “En İyi Altyapı”, “En İyi Tutundurma, Pazarlama Başarısı”, “Kurum İçi İnovasyon”, “Sosyal Sorumluluk”, “Yenilikçi Müşteri Etkileşimi ve Deneyimi”, “Yılın Ekibi” ve “Yılın InsurTech’i” olmak üzere 10 kategoride 16 Altın, 14 Gümüş, 4 Bronz olmak üzere 34 ödül sahiplerine kavuştu.

Yarışma kapsamında ayrıca, sektör çalışanlarının önerileriyle belirlenen 4 kişiye “Yılın Sigorta Lideri”, “Yılın İlham Veren Kadın Lideri”, “Yılın Genç Lideri” ve “Yılın Dönüşüm Lideri” ödülleri verildi.

Smart-i Awards 2025 töreni, “InsurTech

Smart-i Awards 2025, “InsurTech 2.0: Olasılıkları Keşfet” temasıyla sigorta sektöründe inovasyonun ve teknolojinin öncülerini ödüllendirdi. Mastercard PSM Awards 2025 için geçen ay başlayan başvurular ise tüm hızıyla sürüyor..

2.0: Teknoloji ve İnovasyonla Sigortacılığın Geleceğini Şekillendirmek” ve “Değer Kaybını Değere Dönüştürmek” başlıkları altında iki panele de ev sahipliği yaptı.

Törenin sonundaki hediye çekilişi de yoğun ilgi gördü. Bir talihli, Ürgüp Belediyesi iş birliğiyle iki kişilik Kapadokya tatili ve balon turu hediyesi kazandı. 2 kişiye ise Yenibiriş sponsorluğunda iPad A16 hediye edildi.

Üniversiteli genç kızlara burs

Smart-i Awards sadece ödülleriyle değil, sosyal fayda vizyonuyla da dikkat çekti. Bu yıl başvuru gelirleri, Türk Eğitim Vakfı’nın “WBN Türkiye Geleceğin Arıları” burs fonuna aktararak mühendislik fakültelerinde okuyan genç kızlara burs desteği sağlanıyor. Böylelikle katılımcı kuruluşlar, sektörel

fark yaratmanın yanı sıra toplumsal bir misyona da destek oldu.

Mastercard PSM Awards için heyecan artıyor

Hatırlanacağı gibi Mastercard PSM Awards 2025 için başvuru süreci de 1 Eylül itibarıyla başlamıştı. Bu yıl yarışmanın ana teması, “inovasyonun gücü, sinerjinin etkisi” sloganından yola çıkılarak “Sinovasyon” (Sinerji + İnovasyon) olarak belirlendi.

Yarışma için başvurular www.psmawards.com üzerinden 31 Ekim tarihine kadar devam edecek. Detaylı bilgi almak, Mastercard PSM Awards kapsamında düzenlenecek “Finansın Geleceği: Teknoloji, İnovasyon ve Sinerjinin Gücü” başlıklı panelde konuşmacı olarak yer almak ve/veya sponsor olmak için psm@psmawards.com üzerinden iletişime geçebilirsiniz. ☺



X kuşağını ihmal edenler hayal kırıklığına uğrayabilir!

Onlarca yıldır baby boomers ve milenyum kuşaklarına odaklanan perakende sektörü için bu yıl önemli bir dönüşüm noktası olacak gibi. 1965-1980 yılları arasında doğan X kuşağı, baby boomers'ı geride bırakarak dünyanın en fazla harcama yapan kuşağı olmaya hazırlanıyor...



X kuşağı, sayı olarak diğer kuşaklardan daha az olsa da perakende sektörünün dinamiğini belirliyor. 45-60 yaş aralığını oluşturan bu kuşak, dünyanın en fazla harcama yapan grubu haline geldi. Küresel perakende harcamalarının bu yıl 15.2 trilyon dolara ulaşması beklenirken, X kuşağının harcama gücü hem fiziki mağazaları hem de çevrimiçi ticareti yeniden şekillendirmeye başladı.

Nüfusun yaklaşık yüzde 20'sini oluşturan X kuşağı, ekonomik etkide önemli bir yeniden dengelenmeyi temsil ediyor. Baby boomers nesli varlık zenginliğini korusa da birçoğu artık emekli olmuş ve tüketimlerini azaltmış durumda. Buna karşılık, 45-60 yaş aralığında olan X kuşağı, en yüksek kazanç kapasitesine sahip grup olarak öne çıkıyor ve İngiltere'de vergi matrahına en büyük katkıyı sağlıyor. Sayıları Y kuşağından az olmasına rağmen, toplam harcamaları hem yaşlı hem de genç kuşakları geride bırakıyor ve bu trendin önümüzdeki 10 yılda devam etmesi bekleniyor.

“Son analog nesil” mi, yoksa çok kanallı tüketiciler mi?

X kuşağı, bazen “son analog nesil” olarak adlandırılabilir. Akıllı telefonlar ve sosyal medya henüz yaygın değilken büyüyen bu nesil, dijital araçları pragmatik bir şekilde benimsedi. Baby boomers'tan farklı olarak, mağaza içi alışveriş kadar çevrimiçi alışverişten de memnundur. Y kuşağının aksine, influencer kültüründen daha az etkileniyor; şeffaf ürün performansı, bağımsız incelemeler ve güvenilir müşteri hizmetlerine daha fazla değer veriyorlar. Bu özellikler, X kuşağını perakende dünyasının en “çok kanallı” nesli haline getiriyor. Araştırmalar, bu tüketicilerin çevrimiçi ve fiziksel perakende arasında akıcı bir şekilde hareket ettiğini gösteriyor. YouTube, Facebook, Instagram gibi platformlarda ürünleri araştırıyor, ardından değer ve kolaylık arasında en iyi dengeyi sunan kanalı seçiyorlar. Bu durum, ödeme sağlayıcıları için mağazada temassız ödemeler, sezgisel çevrimiçi ödeme sistemleri ve güvenilir iade süreçleri gibi sorunsuz deneyimler sunma ihtiyacını vurguluyor.

Tüketici davranışları ve perakende stratejileri

X kuşağının alışveriş alışkanlıkları, marka sadakati ve kalite güvencesine verdiği önemle dikkat çekiyor. 2008 mali krizi ve pandemi gibi ekonomik dalgalanmaları deneyimlemiş olan bu nesil, harcamalarda temkinli bir yaklaşım sergiliyor. Birçoğu fiyat rekabeti için uluslararası e-ticaret platformlarına yönelse de kargolama, iade politikaları ve müşteri koruması konusunda şeffaflık talep ediyor. Bu, ödeme yolculuğunun tüketici deneyiminde giderek daha merkezi bir rol oynadığını gösteriyor.

Perakendeciler için mesaj net: Geleneksel yayın reklamları ve basılı yayınlar artık cazip değil. Aynı şekilde, etkileyici ve gösterişli kampanyalar da X kuşağını cezbetmekte yetersiz kalıyor. Bunun yerine, güvenilir ödeme altyapısıyla desteklenen çok kanallı perakende stratejilerine yatırım yapılması gerekiyor. Hem fiziksel hem de dijital temas noktalarında kolaylık, güvence ve tutarlılık sunabilen perakendeciler, X kuşağının sadakatini kazanma konusunda avantajlı konumda olacak.

X kuşağı, bir zamanlar baby boomers ve milenyaller arasında gözden kaçmış bir nesil olarak görülse de harcama hiyerarşisinin tepesine yükselmeleri tüketici ekonomisinde belirleyici bir değişimi işaret ediyor. Ödeme sektörü için önümüzdeki 10 yıl, ne en genç ne de en yaşlı tüketiciler tarafından, ancak analog ve dijital dünyalar arasında akıcı bir şekilde hareket eden ve her ikisinin de en iyisini talep eden X kuşağı tarafından şekillendirilecek. Perakendeciler ve ödeme sağlayıcıları, bu neslin beklentilerine uyum sağlayarak, tüketici davranışlarındaki bu dönüşümü avantaja çevirebilir. X kuşağının yükselişi, perakende sektöründe yeni bir çağın habercisi olarak görülüyor.



ABD bankalarında kara para aklama hesapları yüzde 168 arttı

BioCatch'ın araştırmasına göre, ABD finans kuruluşları kara para aklama ve dolandırıcılıkta endişe verici bir artış yaşıyor. 2025'in ilk yarısında doğrulanmış kara para aklama hesapları, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 168 arttı. Organize suç örgütleri, yasadışı fonları temizlemek için "katır" ağlarını giderek daha büyük ölçekte kullanıyor.

■ Dolandırıcılık hacmi yıllık bazda sabit olsa da seviyeler 2 yıl öncesine göre dört kat daha yüksek.

■ En zararlı dolandırıcılık türü yatırım dolandırıcılığı: 2024'te Amerikalılara 6.5 milyar dolar kaybettirdi.

■ Sahtecilik ve satın alma dolandırıcılıkları hacim olarak baskınlığını koruyor. BioCatch raporuna göre stablecoin'ler de kara para aklama için tercih edilen araçlardan biri haline geldi. Uzmanlar, kötü niyetle geliştirilmeseler de stablecoin'lerin dolandırıcıların tercih ettiği kaçış aracı olduğuna dikkat çekiyor. Araştırma farklı başlıklardaki değişime de işaret ediyor. Örneğin, kredi birliklerinde RAT saldırıları yüzde 55 artmış. Hesap açma dolandırıcılığı yüzde 18 düşmüş ama hesap ele geçirme girişimleri yüzde 13 artış göstermiş. Orta ölçekli kredi birliklerinde kart dolandırıcılığı vakaları beşte bire ulaşmış. Uzmanlara göre bankaların en büyük zorluğu, suçluların hızına ve karmaşıklığına uygun savunma sistemleri geliştirmek.



Küresel e-ticaret ödemeleri 2030'a kadar 13 trilyon dolara ulaşacak

Juniper Research'ün yeni analizine göre, küresel e-ticaret ödemelerinin 2030 yılına kadar 13 trilyon doları aşması bekleniyor. Bu tutar, 2025 için öngörülen 8.3 trilyon dolara kıyasla yüzde 57 artış anlamına geliyor. Büyümenin en güçlü şekilde görüldüğü bölgeler, Latin Amerika ve Hint Yarımadası'ndaki gelişmekte olan pazarlar. Bu bölgelerde tüketiciler, erişilebilirliği daha yüksek yerelleştirilmiş dijital ödeme çözümlerini tercih ederek geleneksel kart tabanlı sistemlerden uzaklaşıyor.

Juniper Research Fintech Pazar Araştırmaları Başkan Yardımcısı Nick Maynard, "Her gelişen pazar için doğru yerel ödeme yöntemlerini belirlemek ve desteklemek, uluslararası ticaret büyümesini sağlamak için kritik olacak. Bu aynı zamanda hangi ödeme sağlayıcılarının başarılı olacağını da belirleyecek" diyor. Juniper'ın E-Ticaret Ödeme Rakipleri Liderlik Tablosu'nda ölçek, ticari güç ve ödeme kabulü gibi faktörlere göre 20 küresel sağlayıcı değerlendirildi. Buna göre 2025'in öne çıkan üç şirketi Stripe, Visa Acceptance Solutions ve PayPal oldu. Bu şirketler, güçlü yerel kabul ağlarını dolandırıcılık tespiti ve uyuşmazlık çözümü gibi katma değerli hizmetlerle dengeleme konusunda öne çıktı. Ancak raporda, pazarın giderek daha meta haline geldiği ve sağlayıcıların birbirine benzer hizmetler sunduğu vurgulandı.

Dolandırıcıların yeni merkez üssü: GÜNEY DOĞU ASYA



Eylülün son haftasında Singapur'da düzenlenen uluslararası dolandırıcılık karşıtı kongrede, deneyimli profesyoneller bile siber dolandırıcılar tarafından ne kadar kolay kandırabileceğini acı bir şekilde deneyimledi. Katılımcılardan "sıraya girmemek" için bir QR kodu taramaları istendi. 50'den fazla kişinin taradığı kodun "quishing" ya da QR kimlik avı olarak bilinen sahte bir gösterinin parçası olduğu ortaya çıktı. Bu olay, giderek karmaşıklaşan dolandırıcılıklara karşı kimsenin bağışık olmadığını bir kez daha ortaya koydu.

Küresel Dolandırıcılık Karşıtı İttifak'a (GASA) göre, siber suçlular dünya genelinde mağdurlardan yılda yaklaşık 1 trilyon dolar kazanıyor. Güneydoğu Asya, bu yeraltı ekonomisinin merkez üssü haline geldi. Kamboçya, Myanmar ve Laos'taki dolandırıcılık merkezleri, genellikle insan ticareti mağdurlarını hedef alarak dünyanın dört bir yanındaki bireyleri avlıyor. Bölgenin etkisi o kadar büyük ki, ABD yetkilileri, bu merkezlerin Amerika'daki dolandırıcılık kayıplarının üçte ikisine kadarını oluşturduğuna inanıyor.

Sosyal medya platformlarını da kullanıyorlar

Singapur polisi verileri, 2024 yılında bildirilen dolandırıcılık vakalarının yüzde 70 arttığını gösteriyor. GASA'nın bölgesel araştırması ise tüketicilerin yüzde 63'ünün son 6 ay içinde telefon, mesaj veya sosyal medya yoluyla dolandırıcılık girişimlerine maruz kaldığını ortaya koydu. Dolandırıcılar, Facebook ve TikTok gibi platformların

yaygınlığını istismar ediyor. Bu platformlarda yetersiz denetim, suç içerikli eğitimlerin ve aldatıcı özelliklerin serbestçe dolaşmasına olanak tanıyor.

Dolandırıcılık dalgasını farklı kılan, üretken yapay zekânın giderek artan kullanımı. Bu teknoloji, dolandırıcıların bireylerin konuşma tarzlarına, sosyal medya paylaşımlarına veya görsellerine göre uyarlanmış ikna edici kimlik avı mesajları oluşturmalarını sağlıyor. Deepfake video ve ses araçları, aldatmacaya yeni bir boyut ekliyor. Örneğin, geçen yıl İngiltere merkezli mühendislik grubu Arup'un Hong Konglu bir yöneticisi, dolandırıcıların kıdemli bir meslektaşının sesini ve görüntüsünü dijital olarak kopyalaması sonucu 25 milyon dolarlık bir transfer yetkisi verdi.



İşletmeler de "subdoMailing" gibi tekniklerden kaynaklanan risklerle karşılaşıyor. Bu yöntemde, dolandırıcılar yasal şirketlerin alt alan adlarını kullanarak kimlik avı e-postaları gönderiyor. Guardio Labs, eBay'den CBS'ye kadar 8 binden fazla şirketin bu şekilde hedef alındığını bildirdi. Uzaktan çalışmanın yaygınlaşması, çalışanların dijital iletişim kanallarına daha fazla güvenmesiyle bu

tehditleri daha da görünür kıldı

Dolandırıcılıkların kişisel maliyetleri de ağır. Özellikle gençlerin uygunsuz görüntüleri paylaşmaya zorlandığı cinsel şantaj planları, son 4 yılda 50'den fazla intiharla bağlantılı bulundu. Failler internette görünür olmalarına rağmen çok azı yargılanıyor. Bu da mağdurların genellikle tazminatsız kalmasına neden oluyor.

POS Kartın varsa komisyon ödemek yok

İşyerinizde Şekerbank POS kullanın, komisyon ödemedi
POS Kartınıza yüklenen satış tutarını, ertesi gün mal alımlarında ve
alışverişlerinizde değerlendirin.

Başvurunuzu, size en yakın Şekerbank şubesinde gerçekleştirebilirsiniz.



ERTESİ GÜN
%0
KOMİSYON

Bankamız, piyasa koşullarına göre kampanya ve ürün şartlarında değişiklik yapma/sonlandırma ve ürün başvurularını serbestçe değerlendirme hakkına sahiptir. Detaylı bilgiye bankamız resmi web sitesinden ve şubelerinden ulaşabilirsiniz.

Şekerbank 

TROY'LA ÖDE, TÜRKİYE'MİZ SENİNLE KAZANSIN.

Hepimizin Gururu,
Türkiye'nin TROY'u.



BANKANIZDAN İSTEYİN. ✓

troy®