

ING Bank Türkiye, yurtdışına bankacılık ihracını dijitalde başlattı

ING Bank, Türkiye'nin mobil bankacılık potansiyeli ve ING Bank'ın dijital bankacılık kabiliyetini birleştirerek Türkiye'nin lider dijital bankası olmayı hedefliyor. ING Bank, sadece Türkiye'de değil, ING ülkeleri arasında da oldukça iddialı. ING Grubu içinde "deneyim merkezi" haline gelen ING Bank Türkiye, geliştirdiği mobil bankacılık ürünlerini diğer ING ülkelerine ihraç etme noktasına geldi.

ING Bank Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Barbaros Uygun: ING Bank olarak kendimizi bankacılık lisansına sahip teknoloji şirketi olarak konumlandırıyoruz.

"Türkiye, genç nüfusuyla teknolojik gelişmelerin en hızlı şekilde kabul edildiği ve teknoloji kullanımının en hızlı yaygınlaştığı ülkelerden biri. Türk insanının teknoloji adaptasyon kabiliyeti sektörün dijitalleşmesine önemli katkı sağlıyor. Tüketicilerin bankacılık deneyimi konusunda gittikçe bilinçlendikleri bir bankacılık ortamında müşterilerimizin deneyimlerini iyileştirme konusunda heyecanlıyız. Bu bağlamda, ürün ve hizmetlerimizi mobil platformlarımıza entegre ediyoruz.

Bireysel Bankacılık'taki hızlı büyümemize, yeni dönem bankacılık stratejimizin omurgası olan mobil ve dijital platformlarımızın ciddi katkısı oldu. Mobil bankacılık kullanıcı sayımız 2014 yılında bir önceki 1 yıla oranla 5 katına çıktı. Mobil cihazlar üzerinden bankacılık işlemlerini yapan müşterilerimizin dijital kanallarımızı kullanan toplam aktif müşterilerimiz içindeki oranı ise yüzde 66'ya yükseldi.

ING Bank olarak, "eski köye yeni âdet" yaklaşımımızla bankacılıkta yeni bir dönemi başlattık. Gerçekleştirdiğimiz teknoloji yatırımları ve geliştirdiği uygulamalarla ING Grubu'nun Avrupa'daki "deneyim merkezi" haline geldik. Sektörde fark yaratan dijital bankacılık uygulamamız ParaMara ile kısa sürede 65 bin aktif kullanıcıya ulaştık. ParaMara aynı zamanda, ING Grubu'nun 2014 İnovasyon Fonu'ndan pay alan 5 projeden biri oldu. Şimdi ParaMara'yı Apple Watch üzerine taşıyoruz. Son olarak, ParaMara altyapısını kullanarak Avrupa'da da kullanılabilen bir mobil cüzdan uygulamasını hayata geçirmeye hazırlanıyoruz.

Inovasyona dayalı teknolojik uygulamalarımızla hızlı müşteri artışı yakalamaya bu yıl da devam edeceğiz. Özellikle öngörüselle analitiğe odaklanarak, geleneksel CRM ve sosyal CRM'i birbirine entegre edeceğiz. Avusturya'nın mobil bankacılık yazılımları üzerinde de çalışan ING Bank Türkiye, yakın zamanda Avrupa'nın ATM yazılımlarını da sağlayacak." dedi.

ING Bank Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı **Barbaros Uygun**, Avrupa, Amerika ve Avustralya'yı kapsayan 15 ülkede gerçekleştirilen "Mobil Bankacılığın Yükselişi ve Dijital Çağda Ödeme Sistemleri" araştırmasının, Türkiye'de mobil bankacılığın yükselen potansiyelini gözler önüne serdiğini ifade etti.

Mobil Bankacılık kullanım oranında Türkiye, Avrupa ve ABD'nin önünde.

Araştırma sonuçlarına göre, mobil cihaz sahibi internet kullanıcıları arasında mobil bankacılık uygulamaları kullanımının en yüksek olduğu ülkenin Türkiye olduğunu belirten **Uygun**, “Bu veriler ışığında Türkiye, internet penetrasyonunun artması ile yakın gelecekte mobil bankacılık alanında en hızlı büyüme yaşayacak pazar olarak tanımlanıyor. Türkiye’deki internet kullanıcılarının yüzde 65’i halihazırda mobil bankacılık uygulamalarını kullanırken, yüzde 20’si ise önümüzdeki 1 yıl içinde mobil bankacılık kullanacağını ifade ediyor. Türkiye bu oranlarla mobil bankacılık kullanımında tüm Avrupa ülkelerinin ve ABD’nin önünde yer alıyor.” dedi. Araştırmada, Avrupa genelinde mevcut mobil kullanıcıların oranı yüzde 53, potansiyel kullanıcıların oranı ise yüzde 11 olarak görülüyor.

Türkiye mobil alışverişin en yaygın olduğu ülke

Araştırma aynı zamanda, mobil cihazlar üzerinden alışveriş alışkanlıklarına ilişkin dikkat çekici veriler içeriyor. Türkiye’nin mobil cihazlardan alışveriş alanında da diğer ülkelerin açık ara önünde yer aldığını ifade eden **Uygun** sözlerin şöyle devam etti: “Araştırmamıza göre, Avrupa ve ABD’de her 2 kişiden biri son bir yıl içinde mobil cihaz üzerinden alışveriş yapmış. Avrupa genelinde mobil cihaz kullanıcılarının yüzde 58’i akıllı telefon veya tablet üzerinden satın alma yaptıklarını söylerken Türkiye’de bu oran yüzde 84’e ulaşıyor.”

Mobil bankacılık kullanıcıları, mobil alışveriş yapmayı daha çok tercih ediyor

Bununla birlikte, mobil bankacılık kullanıcıları tablet ve akıllı telefonlarını paralarını yönetiminin yanı sıra online alışveriş için de kullanıyor. Sonuçlar, mobil bankacılık kullanıcılarının mobil alışveriş yapmayı daha çok tercih ettiğini ortaya koyuyor. Türkiye’deki mobil bankacılık kullanıcılarının yüzde 93’ü son 1 yıl içinde mobil cihazını bir şeyler satın almak için kullanmış. Avrupa genelinde bu oran yüzde 79’a iniyor.

Mobil alışveriş Avrupa’da erkekler, Türkiye’de ise kadınlar arasında revaçta

Mobil üzerinden alışverişte en çok rağbet gören ürünler ise elektronik ve giyim ürünleri. Avrupa’da online alışverişe en yatkın olan kesimi 35 yaş altı erkekler oluştururken; erkek kullanıcılar en fazla oyun ve elektronik cihaz; kadın kullanıcılar kıyafet satın alıyor.

Mobil alışverişin Avrupa’da erkekler tarafından tercih edilmesinin yanı sıra Türkiye’de daha çok kadınlar arasında revaçta olduğunun altını çizen **Barbaros Uygun**, “Avrupalı erkeklerin yüzde 61’i, kadınların ise yüzde 54’ü son 1 yıl içinde akıllı telefon veya tabletleri üzerinden alışveriş yaptıklarını ifade ediyor. Buna karşılık Türkiye’de mobil alışveriş yapan erkeklerin oranı yüzde 80 iken kadınların oranı yüzde 87’ye yükseliyor.” dedi. Türk kullanıcılar mobil cihazları üzerinden yüzde 56 ile en fazla giyim, yüzde 47 ile ikinci sırada elektronik alışveriş yapıyor.

Türkiye’de nakit kullanımı azalıyor

Araştırmanın insanların nakit ödeme alışkanlıklarını da incelediğini belirten **Barbaros Uygun**, Türkiye’nin yüzde 68’lik oranla nakit kullanımının son bir yıl içinde en fazla azaldığı ülke olarak dikkat çektiğini belirtti ve sözlerine şöyle devam etti:

“Araştırmanın dikkatimizi çeken sonuçlarından biri de mobil ödeme uygulamalarına yönelik ilginin artması. Avrupa genelinde ve Türkiye’de önümüzdeki dönemde mobil ödeme uygulamalarının kullanımının artacağına işaret ediyor. Türkiye aynı zamanda yüzde 45’lik bir oranla, 15 ülke içinde dijital para birimlerinin en yüksek oranda kabul gördüğü ülke durumunda. Buna karşılık, Avrupalı tüketicilerin yüzde 28’i bitcoin benzeri dijital para birimlerini “online para harcamanın geleceği” olarak görüyor. Türkiye’deki katılımcıların yüzde 9’u daha önce bitcoin kullandıklarını ifade ediyor. Bu oranla Türkiye, Avrupa ortalamasının 5 puan üzerinde yer alıyor. Tüketici mobil ödeme uygulamalarını hız ve kolaylık yönünden tercih ediyor.”

Araştırma, aynı zamanda önümüzdeki 1 yıl içinde mobil ödeme uygulaması kullanmayı düşünenlerin oranını da ortaya koyuyor. Mobil ödeme uygulamalarının hala niş düzeyde olmasına karşın, mobil cihaz sahibi olan insanların çoğu önümüzdeki 1 yıl içinde bu teknolojiyi kullanacaklarını ifade ediyor. Mobil ödeme uygulamalarını kullanmayı düşünen veya kullanma ihtimali olduğunu belirtenler sıralamasında ise Türkiye yüzde 78'lik oran ile en üst sırada. Avrupa'da ise bu oran yüzde 51.

Mobil bankacılık “daha iyi bir para yönetimi” sağlıyor

ING Bank olarak, müşterilerine kolay ve zahmetsiz bir bankacılık sunma hedefinde olduklarının altını çizen **Barbaros Uygun**, dijital teknolojilerin insanlara her zaman her yerden finansal çözüm sunarak paralarını daha iyi yönetmelerine de katkı sağladığını ifade etti. Araştırma sonuçlarının da bu görüşleri desteklediğinin altını çizen **Uygun** araştırmanın ilgili sonuçlarına dikkat çekti:

“Avrupa genelinde kullanıcılarının yüzde 85 gibi önemli bir çoğunluğu, mobil bankacılığın para yönetimini iyileştirdiği görüşünü savunuyor. Türkiye’de ise mobil bankacılık kullananların yüzde 94’ü mobil bankacılık ile para yönetimlerinin gelişme kaydettiğini dile getiriyor. Avrupa genelinde kullanıcıların yüzde 48’i mobil bankacılık kullanımı sayesinde finansal durumlarını daha iyi kontrol ettiklerini söylüyor. Bu oran Türkiye’de de benzer bir şekilde yüzde 47’lerde seyrediyor. Bununla birlikte, Türkiye’de katılımcıların yüzde 38,4’ü hiçbir ödemeyi kaçırmadıklarını, yüzde 37.1’i faturalarını zamanında ödeyebildiklerini, yüzde 24,9’u ise daha az limit aşımı yaptıklarını söylüyor. Bu kolaylıklar doğrultusunda Türkiye’de yüzde 22,4 katılımcı daha çok tasarruf etmeye başladığını ifade ediyor.”

Ayrıntılı Bilgi için:

Desibel Ajans

Ulaş Altuner

0532 709 71 17 ulas.altuner@desibelajans.com

ING Grubu Hakkında

ING Grubu, Bankacılık, Sigorta ve Varlık yönetimi alanlarında faaliyet göstermekte olan dünya çapında bir finansal hizmetler şirkettir. ING Grubu, 40'tan fazla ülkede 53 bin çalışanıyla hizmet vermektedir. Her zaman değişime öncülük eden ING Grubu, tüm dünyada faaliyet gösterdiği ülkelerde üretime, tasarrufa, girişimcilğe, yenilikçiliğe, yaratıcılığa güç katmak hedefini taşımaktadır. Sürdürülebilirliği iş modelinin ana prensibi olarak gören ING Grubu, faaliyet gösterdiği toplumlarda çocukların eğitimi, finansal eğitim ve çevre alanlarında birçok program hayata geçirmektedir. ING Grubu, 2003'ten beri Uluslararası Finans Kurumu'nun (IFC) çevre ve sosyal sorumluluk standartları esas alınarak 10 milyon dolar ve üzeri bütün projelerin finansmanında uygulanması kabul edilen Ekvator prensiplerini gönüllü olarak kabul eden 10 uluslararası bankadan birisidir. Bu çerçevede, proje finansmanında, sosyal sorumluluk ve çevre riskini gözetmekte, ilgili standartlar paralelinde hareket etmektedir. Küresel sorumluluk standartlarına uyumu FTSE4Good ve Dow Jones Sustainability Index gibi kurumlarca da tescillenen ING Grubu 2006 yılında Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne de imza atmıştır. ING Grubu 2007'den beri faaliyetlerini sıfır karbon ayak izi ile sürdürmektedir.

Türkiye’de yaklaşık 330 şube ile hizmet veren ING Bank’ın bankacılık stratejisi, Türkiye’nin sürdürülebilir ekonomik büyümesine paralel bankacılık yapmaktır. Bu kapsamda, ana odak noktası tasarruf ve katma değerli ihracatın artırılmasıdır. Yeni dönem bankacılığın öncüleri arasında yer alan ING Bank, bankacılık modelini her zaman, her yerde, kolay ve hızlı finansal çözümler sağlayan banka olmak üzerine geliştirmiştir. ING Bank “Eski Köye Yeni Âdet” sloganıyla inovasyona dayalı bankacılığını ön plana çıkarmaktadır. ING Bank, modeli, uygulaması ve ölçümlemesi itibarıyla Türkiye’de ilkökul öğrencilerine yönelik tasarruf odaklı ilk ve tek finansal okuryazarlık eğitimi olan ‘Turuncu Damla’ sosyal sorumluluk programını yürütmektedir. Program ikinci yılında 9 ilde, 152 okulda, 382 öğretmene ve 15000’den fazla öğrenciye ulaşmıştır.