

**2023 YILI İÇİN “NAKİTSİZ TÜRKİYE” HEDEFİ KOYAN
BANKALARARASI KART MERKEZİ,
2023 YILINA KADAR, TAM 12 YIL BOYUNCA SÜRECEK
TÜRKİYE’NİN EN UZUN SOLUKLU KAMPANYA ZİNCİRİNİ
BAŞLATTI.**

**BANKALARARASI KART MERKEZİ
ZİNCİRİN İLK HALKASI OLAN YENİ KAMPANYASINDA
“BAY BAY NAKİT” DİYECEK.**

**BKM’NİN
YENİ REKLAM YILDIZI
“KEKLİK” OLDU !**

Bankalararası Kart Merkezi (BKM), alışverişlerde nakit yerine banka kartı kullanımını yaygınlaştırmak için başlattığı yeni kampanyasının yıldızı olarak, Osmanlıca’da “nakit” anlamına gelen Keklik’i seçti. BKM’nin yeni kampanyasında, “Nakit ve Banka Kartı” arasında amansız bir mücadele yaşanacak.

Bankalararası Kart Merkezi’nin (BKM) alışverişlerde nakit yerine banka kartı kullanımını yaygınlaştırmak amacıyla, 2004 yılından bu yana sürdürdüğü bilinçlendirme çalışmalarının “yeni kampanyası” başladı.

Bankalararası Kart Merkezi “Bay Bay Nakit” sloganı ile başlatılan yeni kampanyası ile, günlük hayatta nakit para kullanmanın çalınma, kaybolma, bozuk para taşıma, gibi risk ve dezavantajlarından yola çıkarak, alışverişlerde banka kartının modern ve nakite karşı avantajlı olduğunu tekrar gündeme getiriyor. Kampanya ile, bugüne kadar yakalanan bilinç seviyesinin daha da artırılması ve alışverişlerde nakit yerine banka kartı kullanımının yaygınlaştırılması hedefleniyor.

Geçen yıl Kleopatra ve James Bond, bu yıl Keklik... yani “Nakit”

Geçtiğimiz yıl, Kleopatra, James Bond ve Napolyon tiplerinin yer aldığı kampanya ile karşımıza çıkan Bankalararası Kart Merkezi (BKM) yeni banka kartı kampanyasında, bu kez hepsinden farklı, sıra dışı bir karakter olan “Keklik” ile dikkat çekiyor.

Osmanlıca’da nakit kelimesinin anlamlarından biri olan “keklik” BKM’nin yeni banka kartı kampanyasında huysuz, başına buyruk, geçimsiz karakterimiz “Nakit”e dönüşüyor. “Keklik” yani “Nakit” banka kartının, onu tahtından etmesinden kaynaklanan memnuniyetsizliğini açıkça belli ederek, her fırsatta banka kartı kullanan insanlara, çeşitli tuzaklar kurmaya başlıyor.

Dijital platformlarda sosyal mecraların etkin olarak kullanılacağı kampanyanın merkezinde www.baybaynakit.com isimli özel bir web sitesi var. Siteyi ziyaret edenler farklı mekanlarda farklı deneyimler yaşayacaklar. Nakit hikayeleri için hazırlanan filmleri izleyebilecek, Baybaynakit’in Facebook ve Twitter’daki sayfalarına giderek “nakde veda” hareketinin yakın birer takipçisi olabilecekler. İnteraktif olarak kampanyaya katılabilecekler.

Banka Kartı Sayesinde Çalıntı, Kayıp Derdi Sona Eriyor...

“Boşuna Nakit Taşıma, Banka Kartınla Hesabın Hep Yanında”, “Nakit Çekmekle Vakit Kaybetme, Yap Alışverişini Banka Kartınla”, “Çalınan Kaybolan Nakit Geri Gelmez. Banka Kartın Şifrelidir Kartın Kaybolmaz” sloganları ile reklam kampanyasını başlatan BKM, Türkiye’de bugün 70 milyonun üzerinde banka kartı olduğunu ve banka kartı ile nakit para taşıma derdi olmadan alışveriş yapıldığını açıkladı.

Bankalararası Kart Merkezi Sertaç Özinal: “Alışverişlerde Banka Kartı Kullanım Oranında, Yıllık Yüzde 65’lik Bir Artış Sağlandı”

Konuyla ilgili açıklama yapan Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü Sertaç Özinal, banka kartı kampanyaları ile kartlı ödeme sistemleri sektörünün kart kullanıcıları tarafından daha yakından tanınmasını ve banka kartlarının tüm alışverişlerde kullanımının artmasını hedeflediklerini söyledi.

Sertaç Özinal konuşmasında, bugüne kadar sürdürdükleri bilinçlendirme kampanyaları sonucu, alışverişlerde banka kartı kullanım oranında, yıllık yüzde 65 ‘lik bir artış sağladıklarının da altını çizdi. Okan Bayülgen’le gerçekleştirdikleri kampanyada büyük bir ivme kazandıklarını söyleyen Özinal, halen banka kartını sadece maaş çekimlerinde kullanan ve onunla alışveriş de yapmayı aklına getirmeyen çok kart sahibinin olduğunu söyledi. Özinal, Okan Bayülgen’le başlayan ve şimdi “Keklik” tiplmesi ile devam edecek yeni kampanyaları ile alışverişlerde banka kartı kullanım oranını yükselteceklerini sözlerine ekledi.



Uzun soluklu yeni kampanyanın başta dijital platformlar olmak üzere birçok iletişim ayağı olacak. Kampanyanın stratejik planlaması ve yaratıcı çözümlenmeleri UltraRPM tarafından hazırlanarak gerçekleştirildi ve koordine edildi.

Sertaç Özinal **Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü:**

Türk Kartlı Ödeme Sistemleri Bugün Avrupa'da;

1,85 Milyon POS sayısı ile	1.
72 Milyon banka kartı sayısı ile	3.
48 Milyon kredi kartı sayısı ile	2.
Aylık 23 Milyar TL kredi kartı cirosu ile	3.

en büyük pazar konumundadır ve birçok Avrupa ülkesinde ödeme sistemleri sektörüne örnek olmaktadır. Gelecek dönemde sektörün büyümeye devam etmesi beklenmektedir.

BKM: 1990 yılında 13 kamu ve özel Türk bankasının ortaklığı ile kurulan Bankalararası Kart Merkezi (BKM), kartlı ödeme sistemi içerisinde bankalararası otorizasyon ve takası gerçekleştirmek, ortak sorunlara çözüm bulmak, kartlı ödeme sistemleri konusunda ülke çapında stratejik çalışmalar yapmak, yurtiçi kredi kartları kural ve standartlarını geliştirmek amacını taşıyor. Türkiye'de alanında hizmet veren tek kuruluş olan BKM, güçlü teknik donanım ve altyapısı, insan kaynaklarıyla, üyelerine kartlı ödeme sistemleri konusunda en iyi hizmeti sunmaya çalışıyor.