

KART *monitör*

KREDİ KARTLARI KULLANIM ALIŞKANLIKLARI ARAŞTIRMASI 2012



**İNTERNETTEN
ALIŞVERİŞİN
YENİ İŞARETİ!**

**İNTERNETTEN
ALDIM**



BKM Express
İLE ÖDE

BKM Express liderliğe oynuyor

**Kartlı alışverişler e-ticarete
doping etkisi yapıyor**

**İnternette kartlı ödemelerde
2023 hedefi 350 milyar TL**

**İnternette yapılan
ödemelerde en hızlı büyüyen
ülke Türkiye**



BANKALARARASI
KART MERKEZİ

İNTERNETTEN

BKM Express ile

kart bilgisi vermeden

ALDIM!



İnternette alışveriş öncesi mutlaka!
www.bkmexpress.com.tr

Şimdi internet alışverişlerinizi, kart bilgisi vermekle uğraşmadan, kolayca ve hızla yapabilemeniz için yeni bir güvenli ödeme sistemi var: Bankaların ortak platformu Bankalararası Kart Merkezi'nden, **BKM Express!**

bkmexpress.com.tr'yi tıklayın, kartlarınızı tanımlayın, başlayın. Alışverişte internet kullanmayan kalmasın!

BKM
express



BKM Express; BKM Express üyesi bankaların kartları ile yapılan alışverişlerde ve BKM Express üye işyerlerinde geçerlidir. Detaylar için: www.bkmexpress.com.tr



İçindekiler

- 06 Kartlı alışverişler e-ticarete doping etkisi yapıyor
- 09 Kredi kartı sayısı 55 milyona koşuyor
- 12 İnternette yapılan ödemelerde en hızlı büyüyen ülke Türkiye
- 18 Kredi kartında limitleri zorlamıyoruz
- 23 Bana kartını söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim
- 28 Kartlarımızla bayram alışverişi yapmayı seviyoruz
- 35 Tatil ve seyahatlerde kartlarımızla internette alışveriş yapıyoruz
- 48 'BayBay Nakit' diyoruz 2023'te "Nakitsiz Ödemeler"i hedefliyoruz.
- 54 Burçlara göre ödeme alışkanlıkları

Görüşler

- 15 Prof. Dr. Şükrü Kızılot
- 20 Markafoni Yönetim Kurulu Başkanı Sina Afra
- 27 Genpa Genel Müdürü Fahri Tugay
- 30 THY Online Satış ve Pazarlama Müdürü Cengiz Değirmenci
- 36 Migros Ticaret A.Ş. Bilgi Teknolojileri ve İş Geliştirme Direktörü Mustafa Bartın
- 42 Marsh Dijital Genel Müdür Yardımcısı Aycan Bul
- 46 Biletix Genel Müdürü M.Kemal Erdine
- 50 E-bebek Genel Müdürü Halil Erdoğan
- 52 Teknosa Genel Müdürü Mehmet Nane

İnternette alışverişin işareti!



**BKM Express
İLE ÖDE**

Bu işareti gördüğünüz internet sitelerinde,
kart bilgilerinizi girmekle uğraşmadan,
kolayca, hızla ve güvenle alışveriş yapabilirsiniz.

Üstelik kartınızın sunduğu taksit ve
puan avantajlarından
yararlanmaya devam ederek.

İnternette alışveriş denince dünyanın
önde gelen ülkelerinden biri olan
Türkiye'ye de zaten böylesi yakışır.

Bankaların ortak platformu
Bankalararası Kart Merkezi'nden BKM Express.

Güle güle kullanın.

www.bkmexpress.com.tr

**BKM
express**

“ BKM Express: İnternette Kolay, Hızlı ve Güvenli Alışverişin Yeni Adresi ”

Ödeme sistemlerinde kart kullanıcılarının ve işyerlerinin kullanım alışkanlıklarını ve beklentilerini belirleyerek, taraflarla ilgili daha fazla bilgi sahibi olmamıza ve daha etkin hizmetler sunmamıza imkan sağlayan BKM Kart Monitör Araştırması'nın 2012 yılı sonuçlarını ekte sizlerle paylaşıyoruz.

Araştırmaya katılan kişilere sahip oldukları kartların en beğendikleri özellikleri, kart kullanma sıklıkları, aylık ortalama alışveriş tutarları, internet ödemeleri, taksitlendirme ve puan toplama tercihleri gibi konularda çok sayıda soru sorduk. Araştırma sonuçları kart kullanıcılarının hayatını kolaylaştıracak yeni projelerimize ışık tutan önemli verilere sahip olmamızı sağladı.

2012 ödeme sistemleri açısından oldukça başarılı bir yıl oldu. Kredi kartı alışverişleri 2011 yılının üzerinde büyüme gösterdi. Kredi kartı alışveriş ciro gelişimi %25'in üzerinde bir büyüme oranıyla yılı tamamlayacak.

Ödeme sistemleri üzerinden yapılan tüm işlemler kayıt altına alındığı için vergi gelirlerini yükseltiyor. Kredi kartı alışverişlerindeki artış Türkiye ekonomisinin büyümesine de olumlu katkı sağlıyor.

Kartla yapılan alışverişlerdeki büyümenin en önemli nedenlerinden biri internet üzerinden yapılan ödeme işlemleri. 2010 ve 2011 yıllarında yılda ortalama %50 artan



sanal ödemeler, 2012 yılında kısmen büyüme hızı yavaşlasa da ilk 10 ay itibarıyla %34 ile yine sektör ortalamasının üzerinde büyüme gösterdi. Mevcut trend ile yıl sonunda toplam 30 milyar TL'den fazla hacmin internet üzerinden geçeceğini öngörüyoruz. 2023 yılında ise bu tutarın 350 milyar TL'yi aşması hedefleniyor.

Böyle yüksek bir büyüme potansiyeline sahip alanda BKM olarak biz de en önemli projelerimizden biri olan BKM Express'i geliştirdik ve bu yıl içerisinde kullanıma sunduk. Kart bilgilerini kullanmadan, hem hızlı, hem kolay hem de güvenle alışveriş yapılmasına olanak tanıyan BKM Express sayesinde, internette alışveriş hacminin önümüzdeki dönemde daha da artan bir ivmeyle yükselmesini bekliyoruz.

BKM Kart Monitör 2012 araştırmasına katkı sağlayan, görüş ve destek ileten herkese teşekkür ediyorum.

Saygılarımla,
Dr. Soner Canko
BKM Genel Müdürü

Kartlarımız internet alışverişinde de hayatımızı kolaylaştırıyor

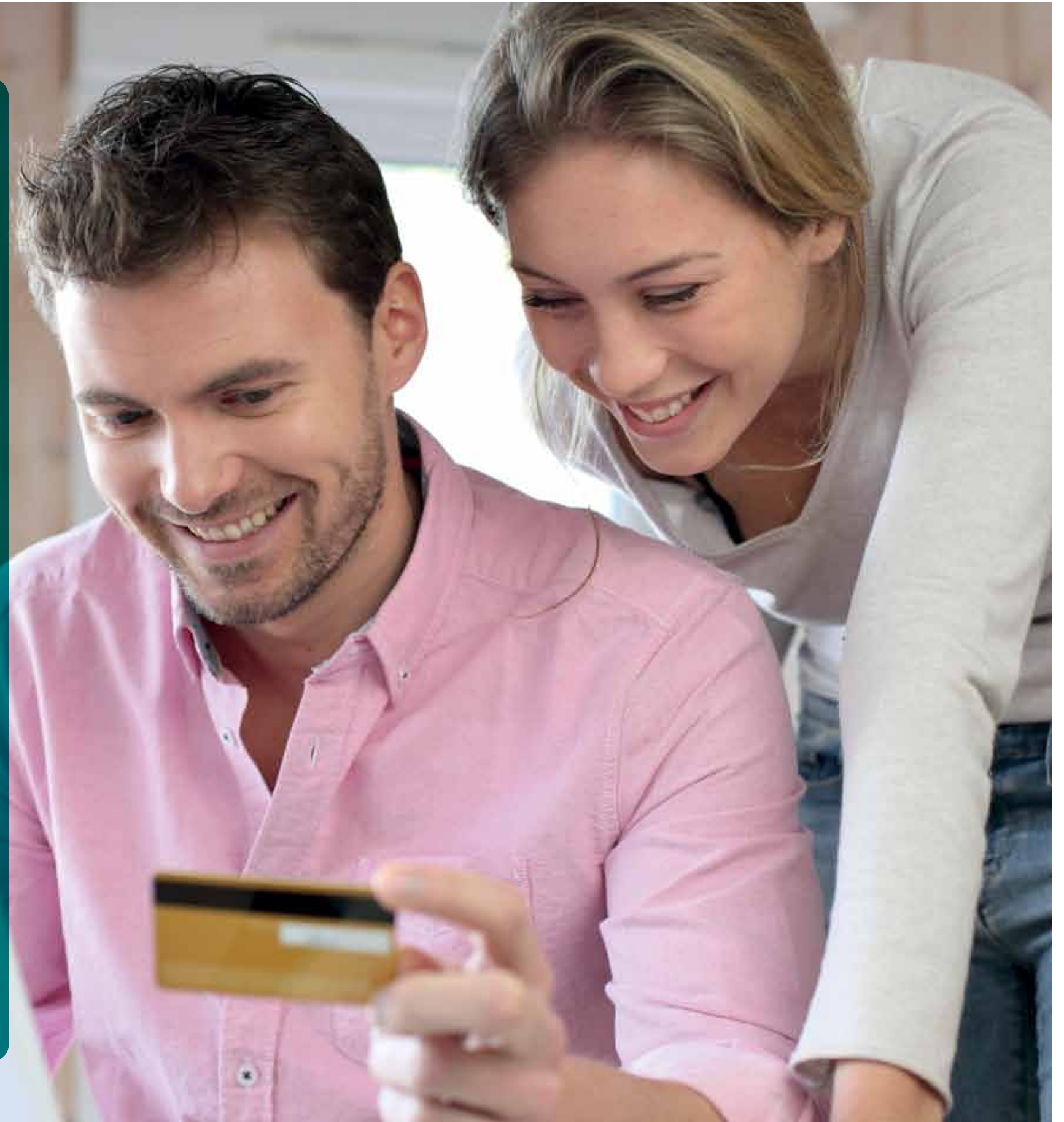
Kartlı alışverişler

e-ticarete

doping etkisi yapıyor

Her zaman olduğu gibi uluslararası ödeme sistemlerinin gözdesi bu yıl da Türkiye oldu. Yaptığı örnek uygulamalarla dünyadaki rakiplerine karşı yarışı çoktan başka bir seviyeye taşıdığını gösteren Türk kartlı ödeme sektörü, ekonominin çarklarını döndürmeye devam ediyor.

Bugün kartlı ödeme sistemleri denildiğinde aklımıza ileri teknolojiyi kullanan, yenilikçi ürünler sunan, geleceğe yatırım yapan ve hatta hayatın akışını değiştiren bir ekosistem geliyor. 2013 yılında Türkiye’de 45’inci yılını kutlamaya hazırlanan kartlı ödeme sistemleri 2023 hedefleri doğrultusunda emin adımlarla büyüyerek, her yeni gün başka bir yenilikle karşımıza çıkıyor... Türk insanın yeniliklere açık olması ve sektörden gelen yeni uygulamaları hızla benimsemesi bu büyümenin de özünü oluşturuyor. Avrupa’ya göre neredeyse 20 yaş daha genç bir demografiye sahip dinamik Türk insanı, kartlı ödeme sistemlerinin yarattığı avantajları günlük hayatının vazgeçilmez alışkanlıklarından biri haline getiriyor...



Alışverişte en çok tercih edilen ödeme yöntemi yüzde 54 ile kredi kartı.



Kredi kartı sayısı 55 milyona koşuyor



Bankalararası Kart Merkezi tarafından her yıl yaptırılan Kart Monitör araştırmasının 2012 sonuçları, Türkiye'deki kredi kartı alışkanlıklarını mercek altına alırken, kartlı hayata çok alıştığımızı da ortaya koyuyor.

Türkiye'de bundan sadece 5 yıl öncesinde kredi kartı sayısı 32-33 milyon aralığında iken, bugün bu rakam yüzde 65'lik bir artışla 53 milyonu aşmış durumda. Türkiye, kartlı ödeme sistemlerini alışveriş alışkanlıklarının merkezine alırken, ekonominin tüm paydaşları da kartlı ödeme sistemlerini 'daha çok müşteriyle temas noktası' olarak görüyor. Bu açıdan bakıldığında Türkiye'de POS

sayısı 2 milyonu aşarken, ATM sayısında da artık çita 35 binin üzerinde. Son 5 yılda POS sayısındaki büyüme yüzde 65'i, ATM sayısındaki artış ise yüzde 112'yi gösteriyor. Türk insanı kartını cüzdanından her ay ortalama 4 defa çıkartırken, toplamda 250 milyondan fazla işlemde şifresini tuşluyor. Kredi kartları sadece hayatımızı kolaylaştıran bir ödeme aracı değil. Onlar, Türkiye'nin kayıtlı ekonomiye geçişinde bir yapı taşı. Çünkü bugün sadece alışverişte değil, vergi ödemelerinden belediye işlemlerine, tatil harcamalarımızdan fatura ödemelerimize kadar kartlar hayatımızın içinde yer alıyor.

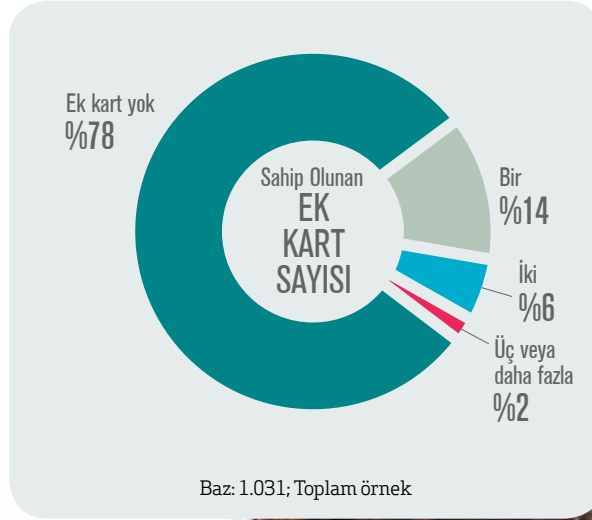
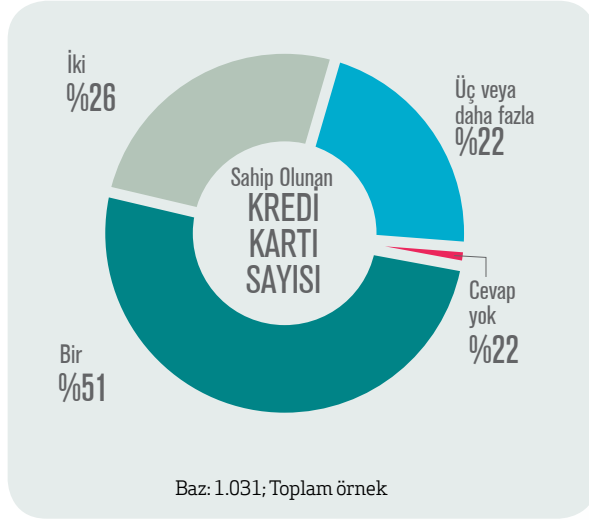
İnternette alışveriş hızla büyüyor



İnternette yapılan kartlı ödemeler hızla büyüyor. 2012 yılının ilk 10 ayında toplam 54 milyon kredi kartının 17 milyonu internette ödeme yapmak için kullanılırken, çok yakın bir gelecekte kalan 37 milyon kartın da internette ödeme dünyası ile tanışması hayal değil. 2008 yılında her 100 liralık işlemin 5 lirası internette yapılırken, 2012 yılında bu tutar 9 liraya yükseldi. Bu oranın 2023 yılında ise yüzde 18'e yükseleceği öngörülüyor. Yine 2023 yılında internette yapılan kartlı ödeme sayısının 600 milyon adede, toplam tutarın da 356 milyar liraya ulaşacağı tahmin ediliyor. 2012 yılının en

önemli gelişmelerinden biri ise, bankaların ortak platformu BKM'nin e-ticaretin önde gelen şirketleri ile birlikte BKM Express'i yaratması oldu. Türkiye'nin bu ilk "ulusal dijital cüzdanı" internette güvenli, hızlı ve kolay alışverişin de yeni trendi olacak. Çünkü kartınız yanınızda olmasa bile, taksit ve puan kampanyalarından yararlanarak alışveriş yapmak artık mümkün. BKM Express'in gücünden yararlanmak isteyen firma sayısı her geçen gün artarken, 2013 yılında "ulusal dijital cüzdan" uygulamasına tüm bankaların katılması bekleniyor.

KREDİ KARTINI SIK KULLANANLARIN BAĞLILIĞI DAHA FAZLA



Vatandaşın cebindeki kart sayısı 1.8

Bugün kart pazarında faaliyet gösteren hemen hemen her banka farklılaşmanın da yolunu arıyor. Tüketiciye sadece bir ödeme aracı değil bazen yeni bir yaşam stiline de kapıları açılıyor. Kişiler sadece bir değil, birden fazla kartın ayrıcalıklar dünyasına ulaşmak istiyor. Bankalararası Kart Merkezi'nin Kart Monitör Araştırmasına göre cüzdandaki ortalama kredi kartı sayısı 1.8. Aylık kullanım tutarı ise 751 lira. Daha üst gelir gruplarına gidildikçe cüzdandaki kart sayısı da artıyor. Bugün üst gelir grubunda kredi kartı sayısı ortalama 2.2. Araştırmaya katılanların yüzde 51'i tek kart kullandıklarını bildirirken, 3 veya daha fazla kart kullananların oranı ise yüzde 22. Eskiden evden çıkarken sadece anahtar ve cüzdanı aldık mı diye bakardık. Sonra cep telefonumuzu aldık mı diye bakmaya başladık. Şimdi ise kartımız cüzdanımızda mı diye bakıyoruz. Cüzdandaki kredi kartı sayısı arttıkça daha çok

kart kullanmayı tercih ediyoruz ve aylık ödeme tutarlarındaki yükseliş de kredi kartı bağlılığını artırıyor. Bugün "kredi kartı hayatımın vazgeçilmez bir parçasıdır, neredeyse tüm alışverişlerimi onunla yaparım" diyenlerin oranı yüzde 15'i işaret ediyor.



İNTERNETİ HANGİ AMAÇLA KULLANIYORSUNUZ?



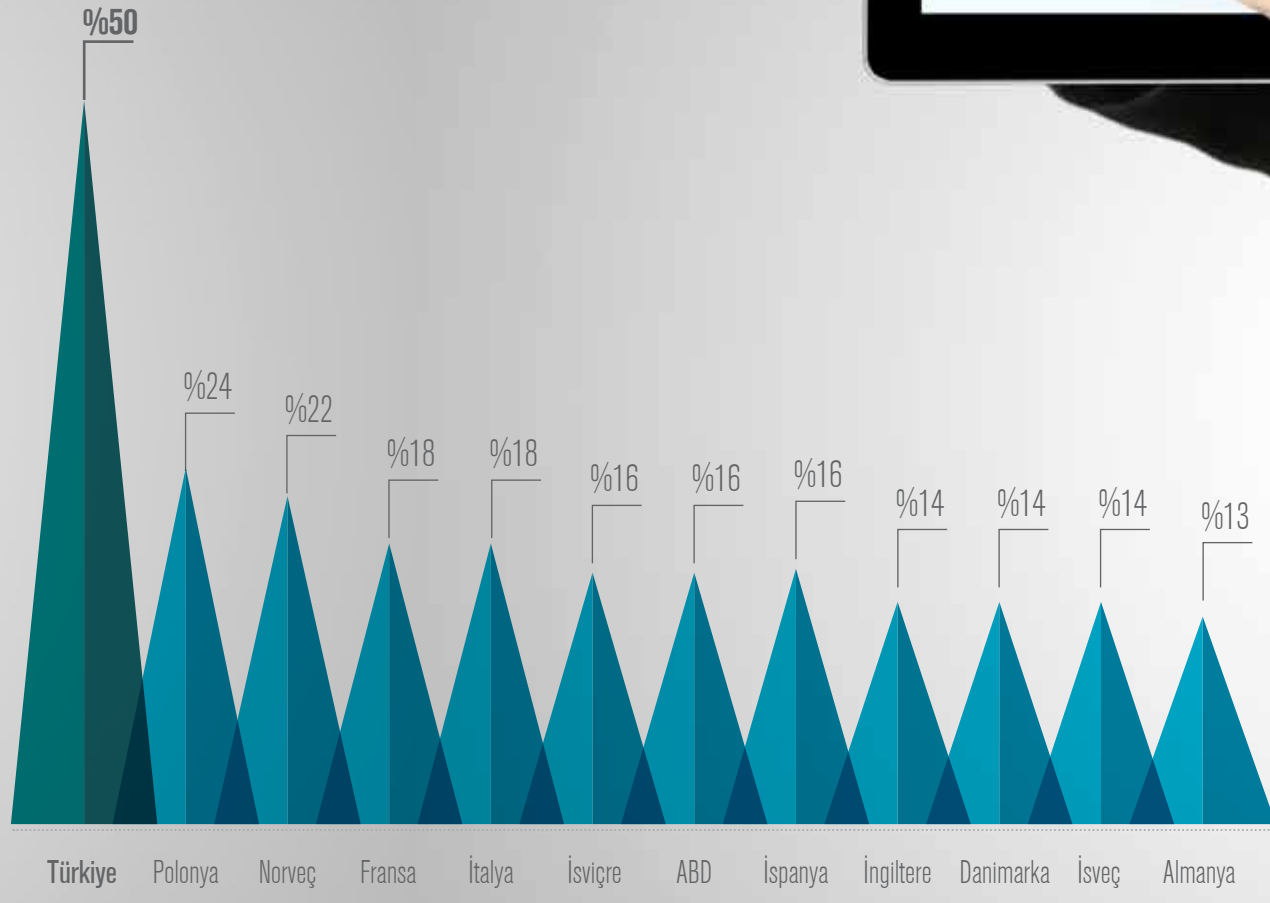
İnternette Alışverişte 2023 Yılı Hedefi 350 Milyar TL'nin Üzerinde



Kart Monitör Araştırmasına katılanların yüzde 64'ü interneti kullanırken, 18-34 yaş grubunda bu oran yüzde 76'ya, çocuk sahibi olmayanlarda yüzde 85'e kadar çıkıyor. Araştırma sonuçlarına göre interneti en çok sosyal paylaşım siteleri için kullanıyoruz. İş, internette finans dünyasının aldığı paya gelince, yüzde 21'i bankacılık işlemleri, yüzde 18'i online alışveriş, yine yüzde 19'u seyahat alışkanlıkları için kullandığını söylüyor. 2012 yılında internette yapılan kartlı ödeme tutarının 30 milyar lira olması öngörülürken, bu büyüme performansı ile 2015 yılında 64 milyar lira, 2023 yılında ise 350 milyar liralık hacme ulaşılacağı tahmin ediliyor. 2008-2011 yılları arasında internette yapılan kartlı ödemeler hacim bazında yıllık yüzde 43 büyürken, adet bazında ortalama yıllık büyüme yüzde 34'tü. 2012'de internette 157 milyon defa bir 'tık' ile alışveriş yapılırken, 2015 yılında bu rakamın 210 milyona, 2023 yılında ise 600 milyona ulaşması bekleniyor.

İnternette yapılan ödemelerde en hızlı büyüyen ülke Türkiye

“Türkiye hızlı büyüyor, hızlı geliyor” söylemi de boşuna değil. İnternette yapılan kartlı ödemelerde Avrupa ülkeleriyle bir karşılaştırma yapıldığında, Türkiye’den daha hızlısı çıkmıyor. İngiltere’nin yüzde 14, Almanya’nın yüzde 13 büyüdüğü internette ödeme liginde Türkiye’nin büyüme hızı yüzde 50. Bu sıralamada Türkiye’nin en yakın rakibi olan Polonya’nın bile büyüme grafiği sadece yüzde 24’ü gösteriyor. Yani Türkiye en yakın rakibine bir boy fark atmış durumda.



İNTERNETTEN

BKM Express ile

kolayca

ALDIM!

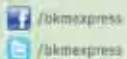


İnternette alışveriş öncesi mutlaka!
www.bkmexpress.com.tr

BKM
express

Şimdi internet alışverişlerinizi, kart bilgisi vermekle uğraşmadan, kolayca ve hızla yapabilmemiz için yeni bir güvenli ödeme sistemi var: Bankaların ortak platformu Bankalararası Kart Merkezi'nden, BKM Express!

bkmexpress.com.tr'yi tıklayın, kartlarınızı tanımlayın, başlayın. Alışverişte internet kullanmayan kalmayın!



BKM Express: BKM Express üyesi bankaların kartları ile yapılan alışverişlerde ve BKM Express üye işyerlerinde geçerlidir. Detaylar için: www.bkmexpress.com.tr



Prof. Dr. Şükrü KIZILOT

Kredi Kartı Herkes Kazandırıyor

Kart kullanımının hem bireyler hem de ekonomi açısından sayısız avantajları var. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Öğretim Üyesi ve Hürriyet Gazetesi köşe yazarı Prof.Dr.Şükrü Kızılot da kredi kartlarının özellikle kriz dönemlerinde ekonomi için can simidi olduğunu söylüyor.

Kart Kullanımının Bireylere Sağladığı Faydalar

Bireyler açısından, yaptıkları harcama tutarını izleyen ayda ödemekle sağlanan sıfır maliyetli bir başka anlatımla "faizsiz kredi" avantajı başta olmak üzere, yurtiçinde veya yurtdışında iken cebinde, cüzdanında veya çantasında sürekli nakit bulundurma sorununa çözüm olması ve bundan kaynaklanan riskleri ortadan kaldırması, istenilmesi halinde ödemelerin taksitlendirilmesi, promosyon ve sigorta hizmetleri, hemen akla gelen imkanlar.

Kart Kullanımının Ekonomiye Sağladığı Faydalar

Emeklilere ve ücretlilere vergi iadesinin kaldırılması sonucu, alışverişlerde fiş ve fatura isteme alışkanlığında bir gerileme oldu. Kart kullanıldığı durumlarda, mal ve hizmet alanlara fiş ya da fatura düzenlenmesi zorunlu olmaktadır. Bu da belgesiz alışverişi engelliyor.

Bu bağlamda, kredi kartı ile yapılan harcamalarda meydana gelecek olan yüzde 1'lik artış, vergi gelirlerini binde 8,5 oranında artırıyor. Vergi gelirlerini artırması, devletin borçlanma ve faiz ödemelerini de aşağı çekiyor. Kızılot "Kartla satışın faturası kesildiği için KDV satıcının değil, devletin hazinesine giriyor. Ayrıca dolaylı olarak istihdama ve sektörlerin büyümesine de katkı sağlanmış oluyor." diye konuşuyor.

Özetle kartların ülke ekonomisi açısından da son derece önemli yararları var. Kart kullanımının yaygınlaştırılması, alışverişlerde ve diğer

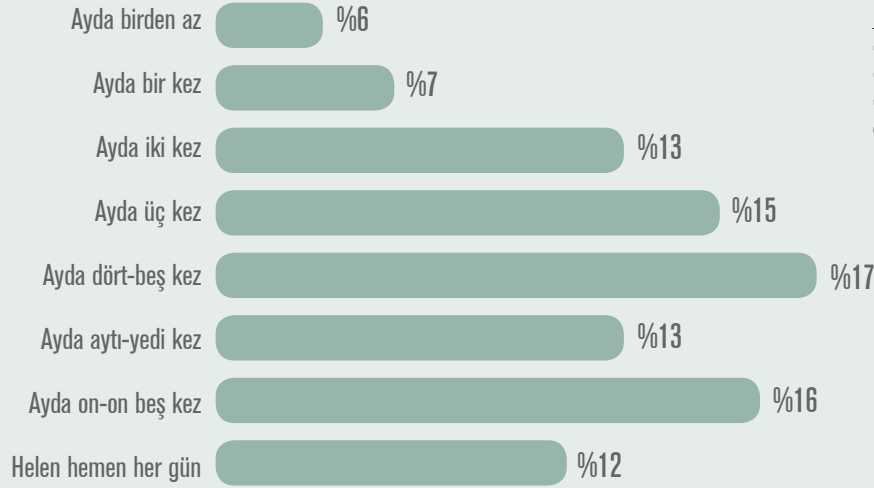
ödemelerde kart kullanımının teşvik edilmesi, ülke ekonomisi yönünden vergi kayıp ve kaçakını azaltıp vergi gelirlerini artırma, enflasyonu düşürme, istihdamı artırma ve ekonomide canlılık yaratma bakımından ilave avantajlar sağlıyor.



KREDİ KARTI KULLANIM SIKLIĞI VE KREDİ KARTI KULLANARAK YAPILAN AYLIK ORTALAMA ALIŞVERİŞ TUTARI

Kredi Kartı Kullanım Sıklığı

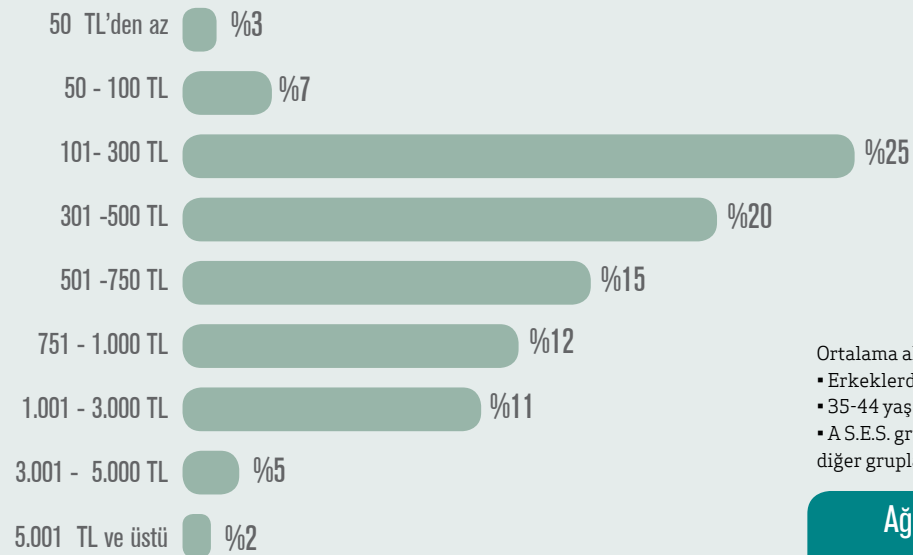
Ağırlık Ortalama
7,8 kez / ay



Ayda ortalama kullanım sıklığı:
 • A (9,9) ve B S.E.S grubunda (9)
 • Erkeklerde (8,4)
 • 35-44 yaş grubunda (9)
 diğer gruplara göre daha yüksektir.

Kart Monitör - Tüketiciler, Kasım 2012

Aylık Ortalama Alışveriş Tutarı



Ortalama alışveriş tutarı:
 • Erkeklerde (1.021 TL)
 • 35-44 yaş grubunda (1.081 TL)
 • A S.E.S. grubunda (1.284 TL)
 diğer gruplara göre daha fazladır.

Ağırlık Ortalama
894 TL

Kart Monitör - Tüketiciler, Kasım 2012

Erkeklerde ortalama
alışveriş tutarı 1.021,
35-44 yaş aralığında
1.081 liraya çıkıyor.

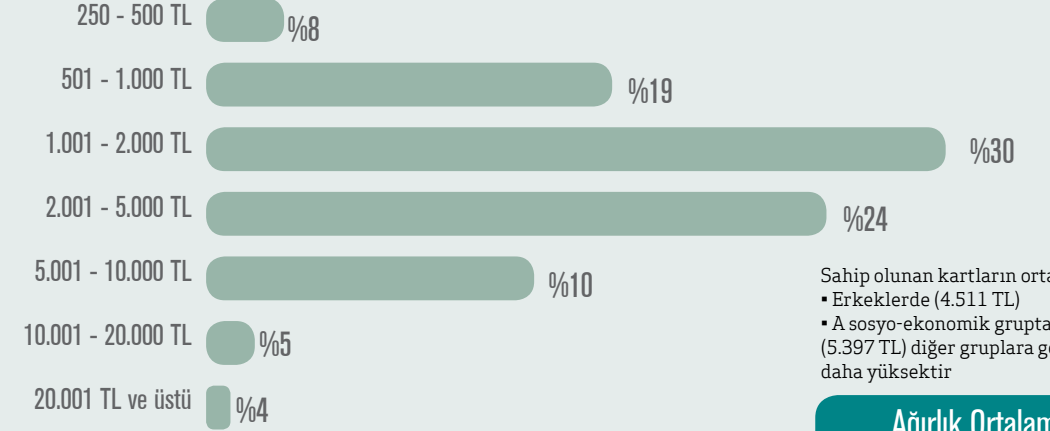


Kredi kartında limitleri zorlamıyoruz

Cüzdandaki kredi kartlarımızın limiti ortalama 3 bin 870 lira. Erkeklerde ortalama limit 4 bin 511 liraya yükseliyor. Her 100 kişiden 30'unun limiti ise 1.001 lira ile 2.000 lira aralığında değişiyor. Bunu yüzde 24 pay ile 2.001 lira ile 5.000 lira arasında limiti olan kartlar izliyor. Aslında araştırma bir yanlış algıyı daha ortaya çıkartıyor. Sahip olduğumuz limitin ortalama yüzde 37'sini kullanıyoruz. Kart kullanıcıların yüzde 90'ı limitinin yüzde 80'ini aşmıyor. Kredi kartlarını ise bir ay içinde ortalama 7.8 defa kullanmak için cüzdanımızdan çıkartıyoruz. "Kredi kartımı ayda 3 ve daha fazla kullanırım" diyenlerin oranı ise yüzde 70'i aşıyor. Türk insanının aylık ortalama alışveriş tutarı ise 894 lira. Ortalama alışveriş tutarı yüksek gelir grubunda 1.284 liraya kadar çıkıyor. Araştırmaya katılanların yüzde 90'ı alışveriş barajı 100 lirayı aşınca kart kullanmaya başlıyor. Her 4 kişiden biri 101 - 300 lira arasındaki alışverişi için kart kullandığını söylüyor.

SAHİP OLUNAN KREDİ KARTLARININ LİMİTİ VE BU LİMİTİN KULLANILAN YÜZDESİ

Sahip Olunan Kredi Kartlarının Limiti



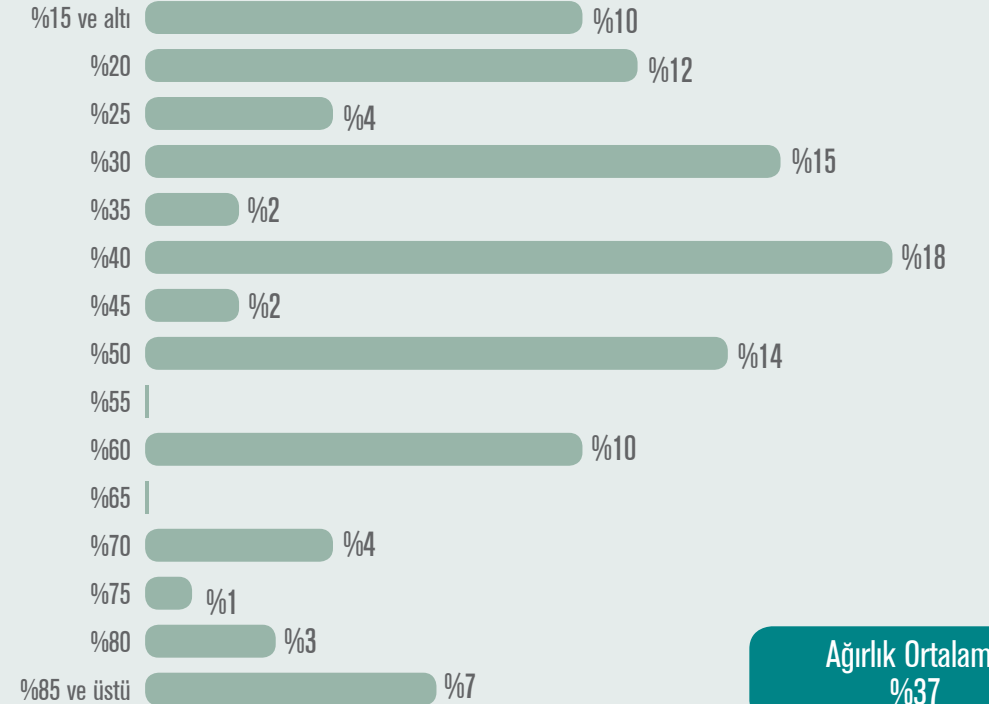
Sahip olunan kartların ortalama limiti:
 • Erkeklerde (4.511 TL)
 • A sosyo-ekonomik grupta (S.E.S.) (5.397 TL) diğer gruplara göre daha yüksektir

Ağırlık Ortalama
3.870 TL

Baz 1.031, T0plam örnek

Kart Monitör - Tüketiciler, Kasım 2012

Limitin Kullanılan Yüzdesi



Ağırlık Ortalama
%37

Baz 1.031, T0plam örnek

Kart Monitör - Tüketiciler, Kasım 2012

Markafoni Yönetim Kurulu Başkanı Sina Afra

Elektronik ticaret yabancıları da cezbediyor

E-ticaretteki gelişim hızına dikkat çeken Markafoni Yönetim Kurulu Başkanı Sina Afra'ya göre Türkiye elektronik ticaret açısından yerli oyuncuların yanı sıra yabancı yatırımcılar için de çok cazip. Afra, son zamanlarda Türk internet sektörünün uluslararası arenada 'Digital Bosphorus' olarak anıldığını belirtiyor.

Türkiye'deki e-ticaret pazarı diğer ülkelerle kıyaslandığında son derece hızlı gelişen, dinamik bir pazar olarak dikkat çekiyor. Türkiye e-ticarete diğer ülkelerden biraz geç başlamış olsa da bu açığı hızla kapatıyor. IWS'nin (Internet World Statistics) verilerine göre şu an Türkiye'de 36 milyon internet kullanıcısı var bu rakam Türkiye'yi Avrupa'daki en büyük 5. internet toplumu yapıyor.

Türk internet kullanıcısı aylık internette geçirdiği ortalama 29,4 saatle de Avrupa ülkeleri içinde üçüncü sırada bulunuyor. Türkiye Facebook kullanımında dünyada yedinci, Twitter konumunda ise dünyada on birinci. Türkiye'deki toplam kredi kartı sayısı 54 milyon. Tüm bunlar Türkiye'yi e-ticaret açısından yerli oyuncular için olduğu kadar yabancı yatırımcılar için de cazip kılıyor.

Türk internet sektörü son zamanlarda uluslararası arenada "Digital Bosphorus" olarak anılmaya başlandı. BKM'nin verilerine göre 2010 yılında Türkiye'de e-ticaret hacmi 15 milyar TL ve 2011 sonu itibariyle bu rakam yaklaşık 20-21 milyar TL oldu. 2012 yılı sonunda ise cironun 30 milyar TL'nin üzerinde olabileceği öngörülüyor. Türk e-ticaret pazarı 2006'dan 2010'a kadar yüzde 325 büyümeye sergiledi.

Kartlı ödeme sistemleri, Türkiye'deki e-ticaret pazarının gelişmesinde önemli bir etken olarak karşımıza çıkıyor. Kartlı ödeme sistemleri sayesinde

online alışveriş kullanıcıları, kolay, hızlı ve güvenli bir şekilde ödeme yaparak doyusıya alışverişin keyfini çıkarıyor. Türkiye'nin lider özel alışveriş kulübü Markafoni'de ayda 700 bin ürün satılıyor ve ödeme işlemlerinin tamamı, kartlı ödeme sistemiyle gerçekleştiriliyor.

Kartlı ödeme sisteminin sunduğu kolaylıkların moda severleri Markafoni'den alışveriş yapmaya teşvik ettiğini, bu sistem sayesinde satışlarımızın arttığını düşünüyoruz. Markafoni'de ödeme işlemi, sadece kartlı ödeme sistemleriyle gerçekleşiyor. Dolayısıyla ciromuzun tamamını kartlı alışverişlerden elde ediyoruz. Bunun yanı sıra, yıl sonuna kadar online alışverişte kredi kartı kullanımını kolaylaştıracak ödeme sistemleri ile ilgili yenilikleri hayata geçireceğiz, bu yeniliklerin ciromuzu olumlu etkilemesini bekliyoruz.

Kullanıcılara bilgisayar başından hızlı, kolay ve keyifli alışveriş imkanı sunan online alışveriş, kullanıcılara fiyat karşılaştırma, en iyi teklifi bulma, Türkiye'de satış mağazası olmayan seçkin markalara ulaşma ve hesaplı alışveriş yapma fırsatı da verdiği için tüketiciler tarafından hızla benimseniyor. Dolayısıyla online alışveriş kullanıcılarının sayısı her geçen gün artıyor. Şu an 36 milyon internet kullanıcısı ve 9 milyon online alışveriş kullanıcısı bulunuyor.

Önümüzdeki dönemde internet penetrasyonunun artacağını ve internet kullanıcıları arasında online alışveriş tercih edenlerin de çoğalacağını düşünüyoruz. Bununla beraber mevcut online alışveriş kullanıcılarının internette yaptıkları harcamaların hacminin yükselmesini bekliyoruz. Akıllı telefon kullanımının yaygınlaşması ile mobil alışverişin artacağını ve bu artışın da yeni ödeme sistemlerinin çıkmasıyla ivme kazanacağını tahmin ediyoruz.

Online alışveriş, özellikle alışverişe zaman bulamayan, şehirli genç profesyoneller tarafından çok tercih ediliyor. Markafoni'nin şu an 6 milyona yakın üyesi bulunuyor. Markafoni'ye İstanbul'un yanı sıra Ankara, İzmir, Bursa ve Kocaeli başta olmak üzere Türkiye'nin hemen her ilinden siparişler geliyor. Markafoni üyelerinin yüzde 75'ini kadınlar, kalan yüzde 25'ini de erkekler oluşturuyor.

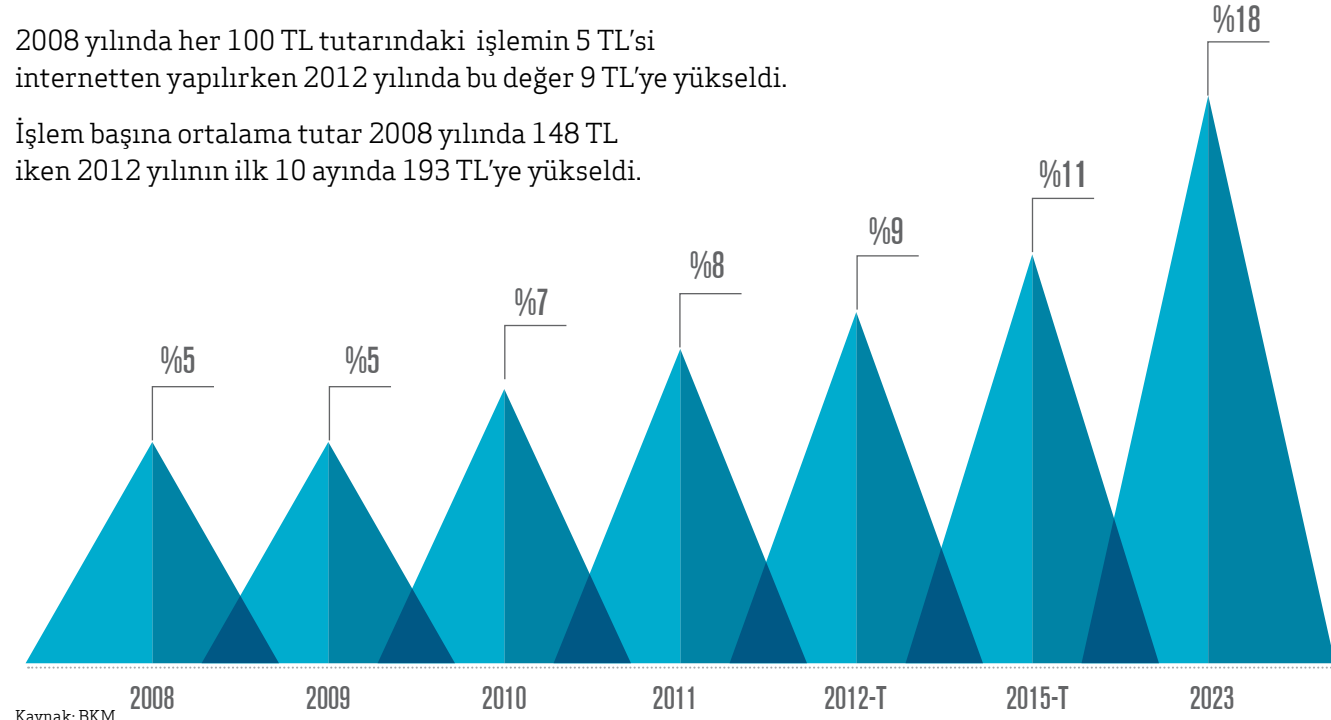
“E-ticaret sitelerine ödeme sistemlerini daha güvenli, kolay ve hızlı hale getirme imkanı veren her uygulama gibi BKM Express'i son derece yararlı buluyoruz ve Türkiye'deki e-ticaretin yaygınlaşmasına katkı sağlayan bu yenilikçi uygulamayı hayata geçirdiği için Bankalararası Kart Merkezi'ni kutluyoruz.”



İNTERNETTEN YAPILAN KARTLI ÖDEME TUTARININ TOPLAM KREDİ KARTLI ÖDEMELERE ORANI (%)

2008 yılında her 100 TL tutarındaki işlemin 5 TL'si internetten yapılırken 2012 yılında bu değer 9 TL'ye yükseldi.

İşlem başına ortalama tutar 2008 yılında 148 TL iken 2012 yılının ilk 10 ayında 193 TL'ye yükseldi.



İnternette alışverişte ortalama tutar 200 liraya ulaşıyor

BKM'nin Kart Monitör Araştırmasına katılanların yüzde 33'ü internet üzerinden alışveriş yaparken bu oran gelir arttıkça yüzde 42'ye kadar çıkıyor. Ortalama alışveriş sıklığı 2 haftada 1 olurken, yüzde 82'si alışverişlerinde kredi kartını tercih ediyor. Sanal dünyadan alışveriş yaparken ortalama alışveriş miktarı 200 lirayı geçmiyor ve 192 lira seviyesini işaret ediyor. 2008 yılından bu yana internet alışverişlerimizin biraz daha büyüdüğü görülüyor. Nitekim, 2008 yılında her 100 liralık işlemin 5 lirası internetten yapılırken, 2012'de bu rakam 9 liraya kadar yükseldi. İnternette yapılan ödemelerin toplam kartlı ödemeler dünyası içindeki payına bakıldığında ise oran her geçen yıl biraz daha büyüdü. 2008 yılında internetten yapılan ödemelerin toplam kartlı ödemelere oranı sadece yüzde 5 düzeyindeyken, bu oran 2010 yılında yüzde 7'ye, 2011'de yüzde 8'e çıktı. Bu rakamın 2012 sonunda yüzde 9, 2015 yılında yüzde 11 ve 2023 yılında yüzde 18'e çıkacağı tahmin ediliyor.

EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTININ BEĞENİLEN ÖZELLİĞİ

	2011 (%)	2012 (%)
Daha çok noktada taksit imkanı sunması	52	61
Puan toplayabilmem	25	21
Heryerde kullanılabilmesi	17	14
Ödeme kolaylığı olması	7	9
Nakit para olmadığında kullanılabilmesi	17	8
Yaygın şube ağının olması	10	8
Alışverişlerde indirim olması	7	6
Nakit çekme özelliğinin olması	2	6
Kampanya / promosyonların olması	8	5
Bankanın güvenilir olması	5	5
Müşteri memnuniyetine önem vermesi	5	5
Faiz oranlarının düşük olması	5	4
Yurtdışında da geçerli olması	-	3
Limitinin yeterli / yüksek olması	4	2
Kart aidatının olmaması	3	2
Kendinin güvende hissedilmesi	-	2
	1.000	1.031

Kart Monitör - Tüketiciler, Kasım 2012

Baz: 1.031; Toplam örnek

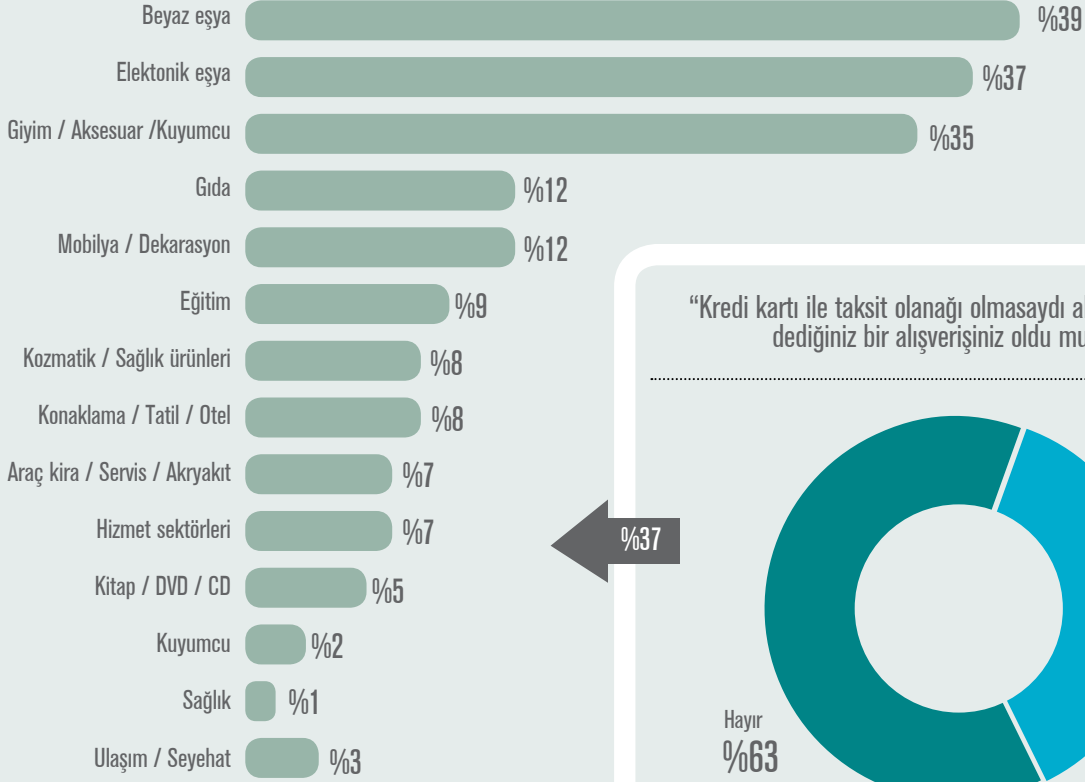


Bana kartını söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim

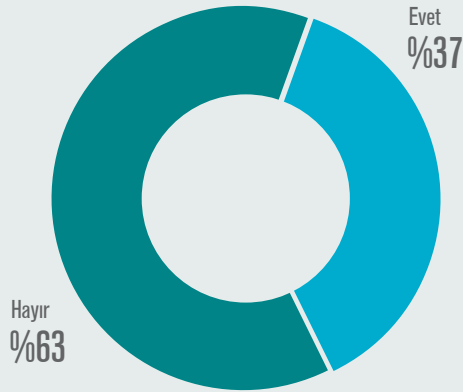
Kredi kartını alırken, kullanırken onun ayrıcalıklar dünyasından yararlanırken önemli olan ne kadar çok noktada taksit imkanı sunduğu. 2011 yılında araştırmaya katılanların yüzde 52'si taksit imkanlarının çokluğuna bakarak beğenisini ortaya koyarken 2012 yılında yapılan araştırmada bu oranının yüzde 61'e çıktığını gösteriyor. Kredi kartının taksitlendirme özelliğinin en çok kullandığı sektör ise yüzde 39'luk oranıyla beyaz eşya sektörü. Beyaz eşyayı yüzde 37 ile elektrikli eşya, yüzde 35 ile giyim, aksesuar ve kuyum sektörü izlerken, eğitim ödemelerimizi yaparken bile yüzde 9'luk bir oran ile kredi kartımıza taksit yaptırıyoruz.

KREDİ KARTININ TAKSİTLENDİRME ÖZELLİĞİNİN ÖNEMİ

Bu alışverişin yapıldığı sektör



“Kredi kartı ile taksit olanağı olmasaydı alamazdım”
dediğiniz bir alışverişiniz oldu mu?



Baz: 385; Taksit olanağı olmasaydı alışveriş yapamayacağını belirtenler

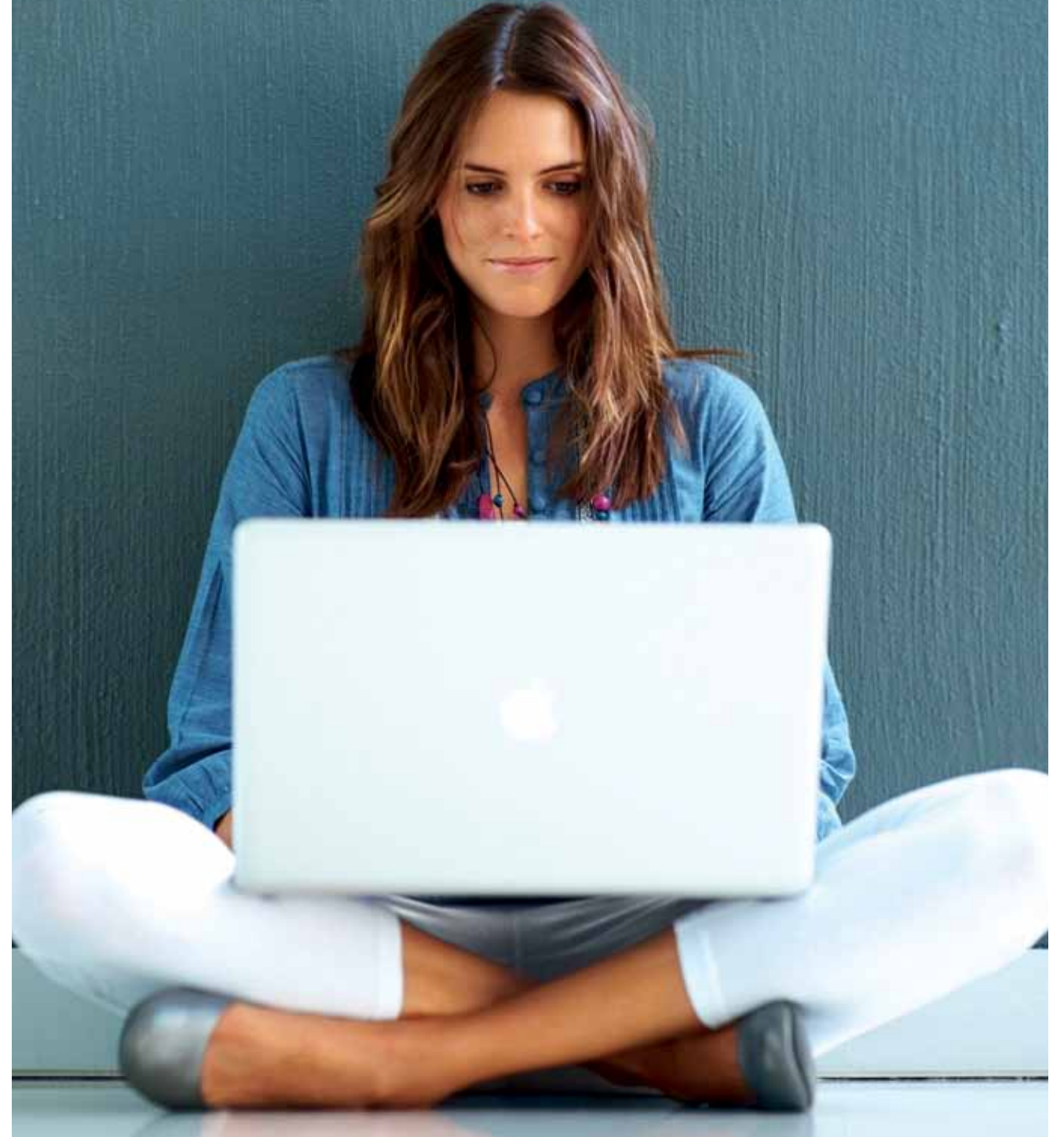
Baz: 1.031; Toplam örnek

Market alışverişini de internette yapıyoruz

Herkesin internetten alışveriş dünyasına girişinin bir başlangıç hikayesi var. Kimisi meraktan, kimisi arkadaş tavsiyesi ile sanal mağazaların kapılarından içeri girmiş. İnternetten alışverişlerde ürünün fiyatı önemli bir itici güç. Bazı ürünlerin fiyatını daha uygun bulduğu için internetten alışveriş yapanların oranı yüzde 57'yi buluyor. İnternetten yapılan kartlı ödemeler 2008 yılından bu yana 4 kat artarken, en hızlı büyüme hizmet sektöründe görüldü. Seyahat planlarımızı artık internete taşıırken, giyim ve aksesuar da en hızlı gelişim gösteren sektörler arasına girdi.



“Araştırmaya katılanların yüzde 37’si kredi kartında taksit seçeneği olduğu için alışverişine devam ettiğini söylüyor. Tüketici kredi kartını alırken kart aidatına veya limitine bakmıyor.”



Genpa Genel Müdürü

Fahri Tugay:

Dokunmadan, koklamadan alışverişi öğreniyoruz!

Genpa Genel Müdürü Fahri Tugay Türkiye’de artan internet kullanımına paralel-ticaretteki hızlı gelişime dikkat çekerek, “ilerleyen günlerde, AVM’lerde değil, üç boyutlu sanal mağazalarda dolaşılıyor olacağız. Bu tablo kesinlikle çok uzak değil” dedi.

Türkiye’nin alışveriş alışkanlıkları da, tüm dünyada olduğu gibi, gelişen teknolojiler ve güvenlik ödemeleri paralelinde, günden güne değişmeye devam ediyor. Yapılan çalışmalar tüketicinin hayatına yeniliklerin girişinin giderek artacağını gösteriyor. Sadece tüketici değil elbette. Kartlı ödeme sistemlerinin ekonomiye de etkisi yadsınacak gibi değil. Kayıtlı ekonominin geliştirilmesi sürecindeki etkisi ile kartlı ödeme sistemleri, kayıt dışı işlemler karşısında verilen mücadelede de önemli bir yöntem oluyor.

Sanal ve fiziksel satış kanallarımızda kartlı alışveriş, toplam satışımızın yüzde 90’ını kapsıyor. Bu yüzdenin ortaya koyduğu en büyük gerçek tüketicinin kartlı ve taksitli ödemeye olan eğilimi. Bu doğrultuda tahsilat tercihleri ve teknoloji altyapısı, kartlı alışverişin etkisi ışığında, mobil tahsilat uygulamalarına cevap verebilecek ölçüde geliştiriliyor. İlerleyen günlerde, geliştirilmekte olan mobil ödeme uygulamalarının kullanımının yaygınlaşması sonrasında nakit ödemelere ayrılan payın hızla eridiğine şahit olacağız.

Tüketici artık güvenli sistemler üzerinden tanımlı kartlarıyla ödeme yapabilmek, mobil olarak tüm hesaplarına ve alışveriş platformlarına ulaşabilmek istiyor.

Ülkemizde online alışveriş, güvenli ödeme sistemlerinin, fırsat ve alışveriş sitelerinin çoğalmasıyla daha geniş bir kitleye hitap etmeye başladı. Artık dokunmadan, koklamadan da alışveriş yapabilmeyi öğreniyoruz. Artan alışveriş platformları, sundukları teslimat ve iade koşulları, kullanmakta oldukları ödeme sistemleri doğrultusunda, online alışverişe olan mevcut ilginin önümüzdeki yıllarda beklentinin üzerinde bir ivme ile artacağı düşüncesindeyiz.

Offline platformlarda olduğu gibi online platformlarda da müşterilerimizle buluşmaya ve onlara hizmet vermeye devam ediyor olacağız.

Türkiye, mobil uygulamalar açısından ürün ve hizmet satın almasında önde gelen ülkeler arasında. Dünyada 830 milyona ulaşan Facebook abone sayısı, Türkiye’de 31 milyonu geçti.

Türkiye’de internet penetrasyonu yüzde 38’e ulaştı. Düşünün, günde 2,7 saati mobil cihazlarla sosyalleşerek geçiriyoruz. Bu doğrultuda ilerleyen günlerde, AVM’lerde değil, üç boyutlu sanal mağazalarda dolaşılıyor olacağız. Bu tablo kesinlikle çok uzak değil. Online alışveriş tercih eden müşterilerimizin yaş aralığı 18-45 arasında olup, sosyo ekonomik olarak A, B, C1 ve C2 olarak sınıflandırmak mümkün. Online tüketicilerin yüzde 67’sini erkekler oluştururken, yüzde 33’ü kadın. Günde en az 2 saatini internette geçiren bu müşterilerimiz özellikle Adana, Ankara, Bursa, İstanbul, Gaziantep, Antalya ve İzmir’de ikamet ediyorlar. Demografik diğer sonuçlara göre internet

alışverişine yönelen bu kitlenin yüzde 81’i iş sahibi, yüzde 42’si evli, yüzde 49’u çocuk sahibi.

Online alışverişlerde güvenlik firma ve kullanıcıları için çok büyük riskleri bertaraf ediyor. Bu doğrultuda şirketimiz 3D Secure ile başlattığı güvenlik duvarlarını, BKM’nin oluşturduğu Express ödeme sistemi ve benzeri güvenli tahsilat sistemleri ile güçlendirmeye devam ediyor.

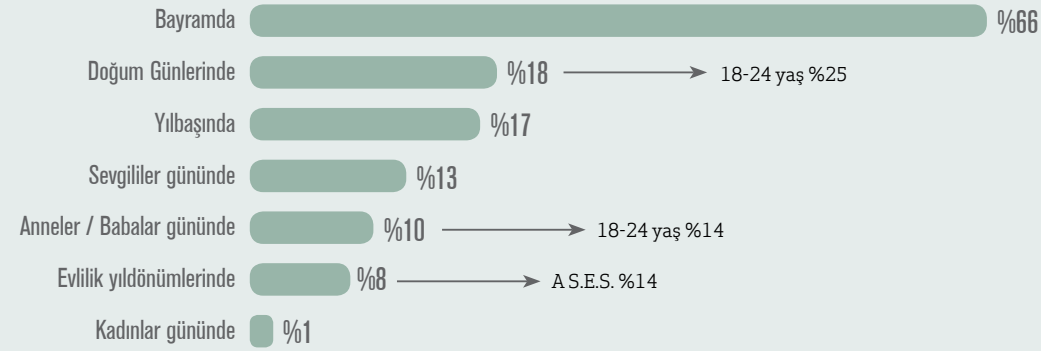
Bankalararası Kart Merkezi (BKM) faaliyetleri, güçlü teknik donanımı, altyapısı ve insan kaynaklarıyla, biz üyelerine, perakende sektörüne, kamuya ve bireylere ödeme sistemleri konusunda en iyi hizmeti sunuyor.

“ **BKM’nin kredi kartı uygulamaları ile ilgili bankalar arasında uygulanacak prosedürleri geliştirerek, standardizasyonu sağlamaya yönelik çalışmaları hepimize kolaylık sağlıyor.** ”



Özel Gün Harcamaları

Harcamaların Arttığı Özel Günler

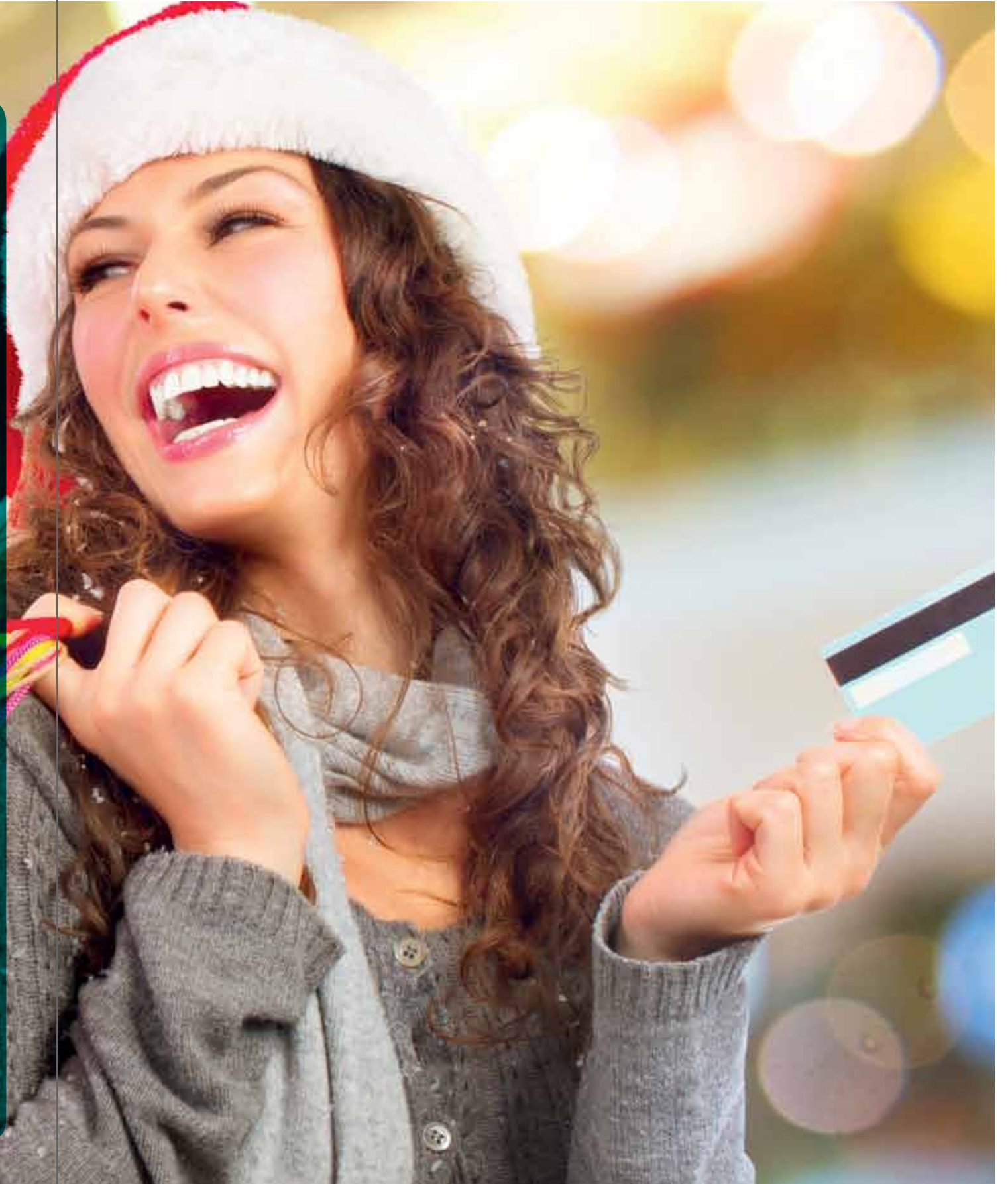


Kart Monitör - Tüketiciler, Kasım 2012

Baz: 1.031; Toplam örnek

Kartlarımızla bayram alışverişi yapmayı seviyoruz

Hediye almayı herkes sever. Hele sevdiklerimizden alınan hediyein değeri bir başka güzeldir. Bayramların da Türk insanı için yeri ayrıdır. Bunu en güzel gösteren verilerden biri de özel gün alışverişleri. Türk insanı en çok bayram dönemlerinde alışveriş yapıyor. Özel gün alışverişleri içinde yüzde 66'lık paya sahip olan bayramları ise doğum günleri izliyor. Kart Monitör Araştırması'na göre yüzde 18'lik bir kesim sevdiklerine hediye aldığını söylerken, bu oran özellikle 18-24 yaş grubunda yüzde 25'e kadar çıkıyor. Araştırmaya katılanların yüzde 33'ünün verdiği cevaba göre eşine, dostuna, yılbaşında ve bayramlarda hediye almak için en çok 50 ile 100 lira arasında bir para ayrılıyor. Bunu yüzde 25'lik pay ile "100-250 lira para ayırırım" diyenler izlerken, aldığı hediyein 250 liranın altında olduğunu söyleyenlerin toplam oranı yüzde 86.



THY Online Satış ve Pazarlama Müdürü

Cengiz Değirmenci

BKM Express e-ticareti geliştirecek

Dijital neslin tüketime katılmasıyla birlikte online alışverişe olan ilginin de artacağını öngören THY Online Satış ve Pazarlama Müdürü Cengiz Değirmenci, BKM Express ürününün özellikle kullanıcıların güven algısına ciddi katkı sağlayacağını, bunun da e-ticaret hacmini olumlu yönde etkileyeceğini düşünüyor.

Para taşımayı hijyen açısından tercih etmiyorum, ayrıca para çekecek yer bulmayı da gereksiz buluyorum, son olarak bozuk paraların ağırlığı ve gürültüsü var. Kısaca söylemem gerekirse, herşeyin sürekli dijitalleştiği bir dünyada yanınızda para taşımak yerine, hesabınıza her an her yerden ulaşabilmenin rahatlığını yaşamamız gerektiğini düşünüyorum.

Türk Hava Yolları olarak mevcut durumda kartlı işlemler dışında tek desteklediğimiz ödeme seçeneği eft/havale/internet bankacılığı. Özellikle Türkiye’de kartlı ödeme sistemleri, yolcularımız tarafından tercih edilen önde gelen ödeme sistemi. Avrupa’da bazı ülkelerde ve Amerika’da kartlı ödeme sistemleri dışında başka seçenekler olsa da büyük resme baktığınızda dünyada online alışverişin yüzde 80-85’i halen kartlı ödeme sistemleri ile gerçekleşiyor. Bu sebeple, ciro yaratmak için tüm kartlı ödeme metodlarını en iyi şekilde sunmamız gerekiyor. Buna bir de kartlı sistemlerdeki -özellikle Türkiye gibi pazarlarda

yoğun tercih edilen- taksit imkanını eklerseniz kartlı sistemlerin ciromuz için hayati öneme sahip olduğunu söyleyebilirim.

THY’nin yıllık bilet satış gelirleri içerisinde online satışların payı ise yüzde 11 civarında. Online alışveriş ciromuzun mevcut durumda yüzde 95’inden fazla payı kartlı ödeme sistemlerinden geliyor. Kısa vadede kolaylıkla bu resmin değişeceğini düşünmüyorum. Orta ve uzun vadede özellikle mobil teknolojilerin yaygınlaşması ve dijital neslin tüketici merdiveninde üst sıralara tırmanmasıyla, diğer bir deyişle yaş ve harcama gücünün artması ile tüketici sınıftaki yerini alması sonrasında resmin biraz daha farklı ödeme seçeneklerine doğru kayacağını öngörüyorum.

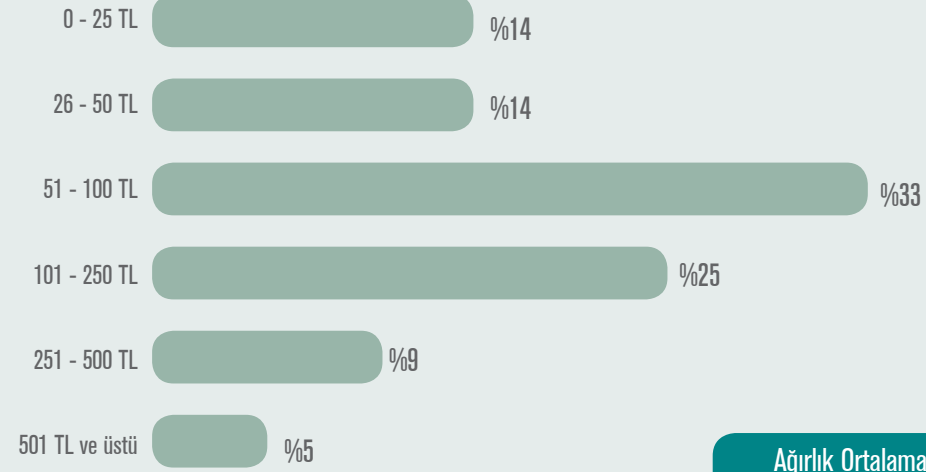
Düne kadar “offline” olan deneyimler hızla dijitalleşiyor. “Online” alışveriş yapmak da bu deneyimlerden bir tanesi sadece. Tabii ki insanların online deneyimleri arttıkça ve daha fazla zaman ayırdıkça online alışverişe olan ilgi de aynı şekilde artıyor. Dijital neslin tüketici merdiveninde üst basamaklara kaymasıyla, bu alandaki yeniliklerin de artacağını düşünüyorum.

Kartlı ödeme sistemlerinde Türkiye dahil çoğu pazarda 3D secure çözümü ile güvenlik sağlanmış durumda. Bunun dışında dünyada bu alanda yaygın kullanılan sahtecilik önleme yazılımı sayesinde 3D olmayan işlemleri de tek tek takip edebiliyorsunuz. Mevcut durumda online alışverişte cirosuna kıyasladığınızda büyük bir risk olmadığını düşünüyorum.

“ **BKM Express ürünü, özellikle kullanıcıların güven algısına ciddi katkı sağlayacağı için Türkiye’nin e-ticaret hacmine olumlu katkı sağlayacağı kanaatindeyim.** ”



Özel Gün Hediyeİeri için Ayrılan Bütçe



Kart Monitör - Tüketiciler, Kasım 2012

Baz: 1.031; Toplam örnek

“Özel günlerde sevdiklerimize, anne ve babamıza, bayramlarda tüm ailemize aldığımız hediyelere ayırdığımız bütçe ortalama 136 lira.”



“Seyahat acentelerinin cirosunun yüzde 44’ü internetten yapılan işlemler üzerinden geliyor.”



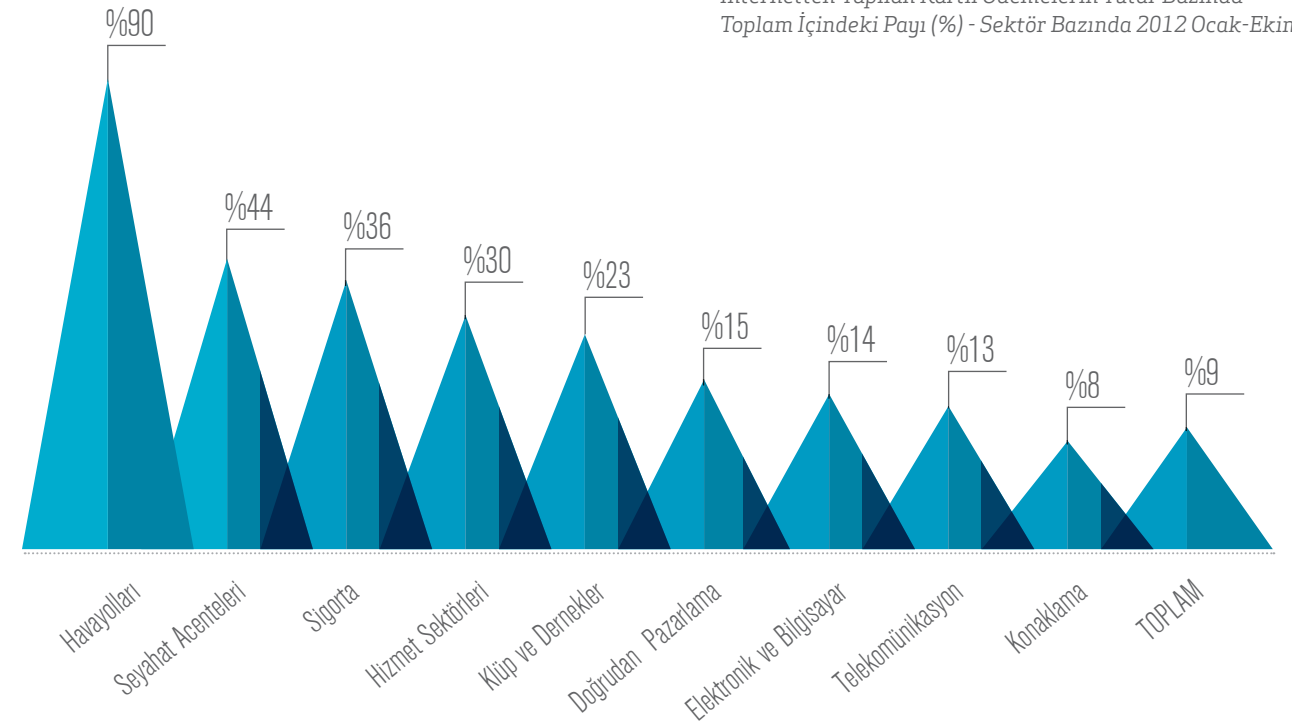
Tatil ve seyahatlerde kartlarımızla internetten alışveriş yapıyoruz

Türkiye toplam alışverişinin yüzde 9’unu internetten yapıyor. Her sektörün kendi içinde internet üzerinden sağladığı fayda da artırıyor. Bundan 10 yıl önce hiç internetten almayı düşünmediğimiz ürünleri bile alır olduk. Ama bazı sektörler var ki diğerlerine göre farkı açmış durumda. Bunların başında da havayolları geliyor. Havayollarını da yine bu sektörle iç içe olan bir başka sektör olana seyahat acenteleri izliyor. Artık havayollarından bilet almak için yapılan alışverişin yüzde 90’ı internetten geçiyor. Seyahat acentelerinin de cirosunun yüzde 44’ü internetten yapılan işlemler üzerinden geliyor. Kulüpler ve dernekler bile ödemelerinin 4’te birini internetten tahsil ediyor.



Sektörlerin Kendi İçindeki İnternette Ödemenin Payı

İnternette Yapılan Kartlı Ödemelerin Tutar Bazında Toplam İçindeki Payı (%) - Sektör Bazında 2012 Ocak-Ekim



Migros Ticaret A.Ş. Bilgi Teknolojileri ve İş Geliştirme Direktörü **Mustafa Bartın**

Migros Sanal Market 2 yılda 3 kat büyüdü



Türkiye’de e-ticaret dünyadaki gelişime paralel olarak katlanarak büyüyor. Biz Türkiye’de e-ticaret sektörünün öncülerindeniz. Migros Sanal Market olarak 2 yılda 3 kat büyüme yaşadık. Tabii ki dünyada e-ticaret sektörü Türkiye’ye göre çok daha büyük ancak dünya pazarlarındaki bu gelişim Türkiye’deki potansiyeli görebilmek açısından çok önemli ve umut verici.

Kartlı ödeme sistemleri, e-ticaret sektörünün olduğu gibi Migros Sanal Market hizmetinin de vazgeçilmez bir ayağını oluşturuyor. 1997 yılından beri hizmet veren Migros Sanal Market, Türkiye’de e-ticarette kartlı ödeme sistemlerini ilk kullanan firmadır.

Migros Sanal Market ile müşterilerimiz, siparişlerinde Migros mağazalarında geçerli tüm fiyat, indirim, taksit ve ödeme kampanyalarından yararlanabiliyor. Kartlı ödeme sistemleri ile de sanal market alışverişlerinin ödemelerini hızlı ve güvenli bir şekilde online olarak gerçekleştirebiliyor, siparişlerini istedikleri zaman diliminde dağıtım alanımız içinde olan istedikleri adrese teslim ediyoruz.

Ayrıca dönemsel olarak da sadece Migros Sanal Market’e özel olarak hazırlanmış banka kartı kampanyalarını da müşterilerimize sunuyor ve çok başarılı sonuçlar elde ediyoruz.

Kartlı alışveriş, ciromuzun büyük bir bölümünü oluşturuyor. Günümüz dünyasında e-ticaret hayatımızın vazgeçilmez bir parçası. Çoğumuzun zamanı çok kıymetli. Haliyle Migros Sanal Market de her sene büyüyen bir ivme ile faaliyetini sürdürüyor. Türkiye’de tüketiciler teknolojiyi yakından takip ediyorlar ve perakende sektöründe hem internet’i

hem mobil’i aktif olarak kullanıyorlar. Migros Sanal Market ve Mobil Market ile müşterilerimizin 7 gün 24 saat istedikleri yerden alışveriş yapmalarına imkan sağlayıp, onların hayatlarını kolaylaştırıyoruz.

Migros Sanal Market ile kişisel bilgilerin toplandığı tüm web sayfalarında Secure Sockets Layer (SSL) şifrelemesi kullanılıyor. Online alışveriş için, Safari, Firefox veya Internet Explorer gibi SSL-destekli bir tarayıcı kullanılması gerekiyor. Bu sayede, internet üzerinden iletilen kişisel bilgilerinizin gizliliği korunuyor. Ayrıca Migros Sanal Market’te 3D Secure ile Ödeme veya Mobil İmza ile ödeme seçenekleri de bulunuyor.

Özellikle çalışan, 25-45 yaş arası, büyük şehirlerde yaşayan kitle Migros Sanal Market’in müşteri profilinde önemli rol oynuyor. Dünyada ve özellikle ülkemizde internet kullanıcılarının artması, gençlerin yanında her yaştan kadın, erkek, yaşlı ve çocukların da interneti çeşitli amaçlarla kullanmaya başlaması ve sosyal medya platformlarındaki etkileşimle beraber Migros Sanal Market’in günlük sipariş sayıları ile müşteri etkileşimi de artış göstermiştir. Migros Sanal Market, Türkiye’nin en büyük ve yaygın gıda e-ticaret sitesi olarak bugün, 17 farklı şehirde bulunan 65 operasyon noktasında hizmet verirken, en çok İstanbul, Ankara ve İzmir illerinden sipariş alınıyor. Fakat özellikle belirtmek isterim ki bizim müşterilerimiz, Migros Sanal Market’i yalnızca kendi ihtiyaçlarını karşılamak için alışveriş yaptıkları bir araç olarak görmenin çok ötesinde değerlendiriyorlar. Sıradan bir günde, Migros Sanal Market’i kullanarak Ankara’da okuyan oğlunun evine yada kaldığı öğrenci yurduna

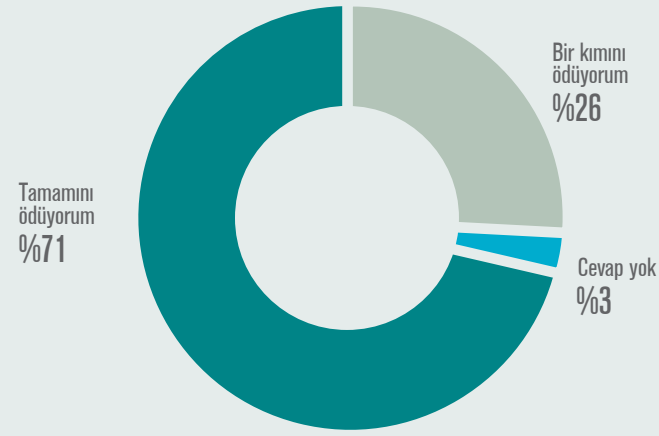
sipariş teslim edilmesini sağlayan bir anneye yada İzmir’deki ailesinin ihtiyaçlarını Amerika’dan verdiği siparişle karşılayan bir babaya rastlamak mümkün. Bebekli ev hanımları için de Migros Sanal Market’in önemini unutmamak gerek.

BKM Express’in, hızlı, kolay ve BKM güvencesiyle online alışveriş yapılmasını destekleyen yeni bir kartlı ödeme sistemi olması sebebiyle Türkiye’de e-ticaret sektörünün büyümesine önemli bir katkı sağlayacağını düşünüyoruz.

MiGROS
SANAL MARKET



Kredi kartı borcunu ödeme miktarı



Kart Monitör - Tüketiciler, Kasım 2012

Baz: 1.031; Toplam örnek

Türk halkı borcuna sadık

Türk insanı borcuna sadık. Her ne şartta olursa olsun borcumuzu kapatmak istiyoruz. Nitekim Kart Monitör Araştırması'na katılanların yüzde 71'i de kart borcunun tamamını ödediğini ifade ediyor "Bir kısmını ödüyorum" diyenlerin oranı ise yüzde 26.

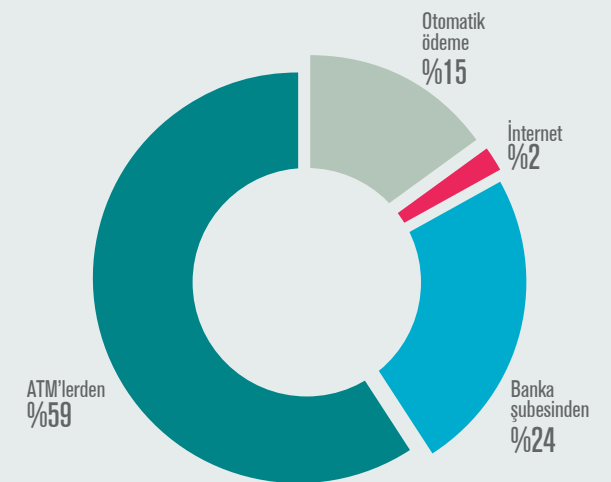




Kart borcunu otomatik ödeme hızla yaygınlaşıyor

Türk insanı borcunu ödemeye dikkat ederken ağırlıklı olarak ATM'leri tercih ediyor. "Kredi kartınıza ödemeyi nasıl yapıyorsunuz?" denildiğinde, Kart Monitör araştırmasına katılanların yüzde 59'u ATM'lerden ödediğini belirtiyor. Banka şubesinden ödeme yapanların oranı ise yüzde 24. Otomatik ödeme tercihini kullananların oranı ise yüzde 15.

En sık kullanılan kredi kartının borcunu ödeme yöntemleri



Bazı: 1.031; Toplam örnek

Marsh Dijital Genel Müdür Yardımcısı
Aycan Bul

Y kuşağı ile online sigortacılık büyüyecek

Sigortadukkanim.com ile online sigortacılık hizmeti veren Marsh Dijital Genel Müdür Yardımcısı Aycan Bul, Türkiye pazarı için online sigortacılığın çok yeni olmasına rağmen geleceğinin çok parlak olduğuna inanıyor. Bul'a göre özellikle Y kuşağı ile birlikte online sigortacılık çok hızlı büyüyecek.

Eylül 2012 itibariyle, sigortadukkanim.com olarak Marsh Sigorta ve Reasürans Brokerlik A.Ş. çatısı altında hizmet veriyoruz. sigortadukkanim.com online sigortacılık

platformumuz üzerinden gerçekleştirilen işlemlerin %100'ü kredi kartı ile gerçekleştiriliyor diyebiliriz. Mobil ödeme gibi farklı ödeme alternatifleri üzerinde de çalışıyoruz. Fakat sunulan ürünler ve ortalama prim tutarları itibariyle, bu ödeme alternatiflerini sunmayı, en azından şu an için pek mümkün kılmıyor.

E-ticaret ile ilgili son yıllardaki veriler aslında, tüketici alışkanlıklarının hızla değiştiğini net olarak ortaya koyuyor. Sigortacılık sektörü özelinde

potansiyel çok büyük ama daha gidilecek çok yol var. Özellikle online sigortacılığın geliştiği yurtdışı pazarlara baktığımızda, farklılıkları net olarak görmek mümkün. Bu iş modelinin ana vatanı İngiltere. İngiltere ile birlikte, Batı Avrupa'dan Doğu Avrupa'ya yayılan bir dalga halinde birçok ülkede özellikle bireysel sigorta ürünleri online karşılaştırma siteleri üzerinden satılıyor. Yeni büyüyen bir alan da küçük ölçekli işletmelere işyeri risklerini de kapsayan sigorta ürünleri sunan karşılaştırma siteleri. Amerika'da internetten direkt satış yapan oldukça büyük cirolu sigorta şirketleri uzun zamandır faaliyet gösteriyordu. Ancak son dönem birçok sigorta şirketinin teklifini karşılaştırmalı olarak sunan siteler büyük bir hızla yayılıyor.

Türkiye pazarı için online sigortacılık çok yeni ama geleceği çok parlak olan bir kanal. Özellikle bireysel sigortacılıkta, büyük rakamlara ulaşmak hedeflendiğinde, online sigortacılık tek verimli kanal gibi görünüyor. Mevcut satış kanallarıyla yeterli sayıda tüketiciye ulaşamadığımız çok açık. Hala evlerimizin büyük çoğunluğu sigortasız, trafikteki araçların yüzde 70'inin kasko sigortası yok. Zorunlu sigortalarımızdan DASK'ı gündemimizden hiç çıkmayan deprem gerçeğimize rağmen yayamıyoruz, trafik sigortası olmayan yüzde 20'lik bir araç grubu var.

Bu konudaki en büyük iştahın sigorta araçları tarafında olduğunu görüyoruz. Bizim gibi büyük yatırımların yanında, irili ufaklı birçok acentenin, interneti müşteri kazanma kanalı olarak gördüğünü ve bunun için çaba sarf ettiğini görüyoruz. Bu çabaların önemli bir kısmı sadece sigorta talebini online yaratma aşamasında kalırken, biz teklif, poliçelendirme, tahsilat, poliçe basımını kapsayan tüm süreci online olarak tamamlayan bir altyapı geliştirdik.

Tüketici tarafının da hazır olduğunu düşünüyoruz. Tüketici alışkanlıkları tarafında online alışverişe geçişin hızlı gerçekleştiğini söyleyebiliriz. İnternetin

sağladığı, kolay, hızlı ulaşım, şeffaflık ve güvenlik aslında hemen tüm alışverişlerde aranır hale geldi. Neden sigorta da online olarak satın alınan harcama kalemlerinden birisi olmasın? Bireyler, online karşılaştırmaya ve satın almaya oldukça alışmış durumdadır. Özellikle Y kuşağı ile birlikte online sigortacılığın çok hızla büyüyeceğini öngörüyoruz. Telefonundan, bilgisayarından, tabletinden internete bağlı olmadan geçirdiği bir dakikaya tahammülü olmayan bu jenerasyonun herhangi bir ihtiyacı gibi sigorta ihtiyacını da internetten karşılayacağı hepimizin ortak öngörüsü.

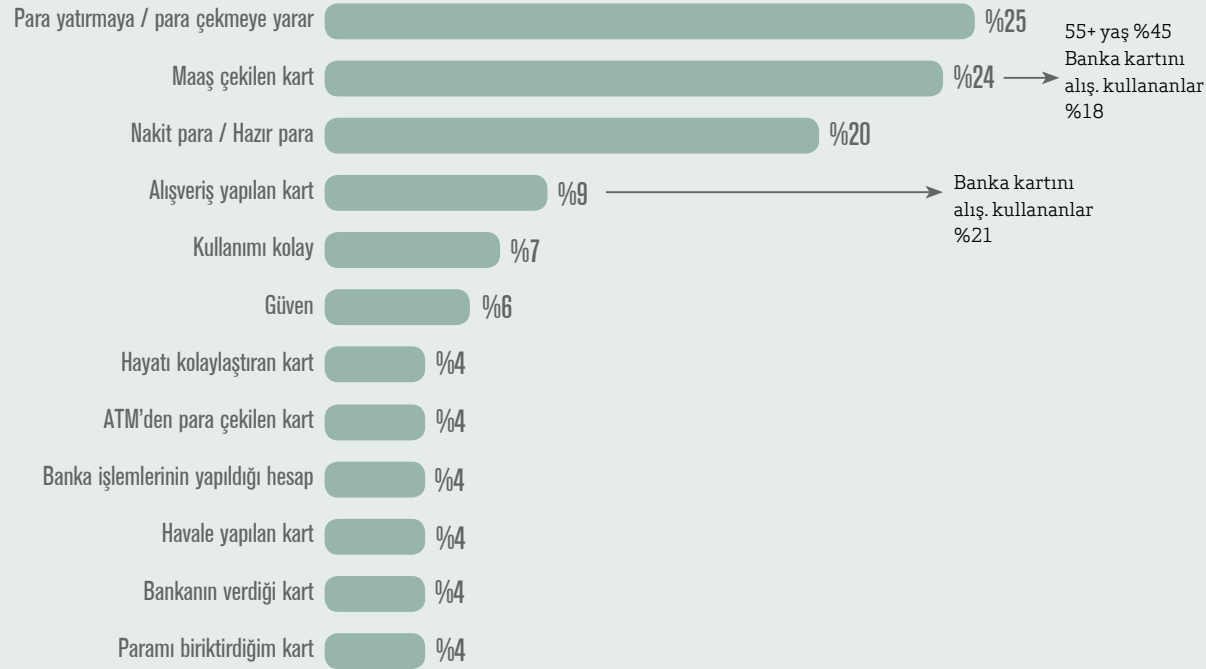
Sigorta şirketleri tarafında ise, online sigortacılık platformları için teknolojik altyapılara yatırım yapılması gerekliliği söz konusu. Hali hazırda, altyapısını online sigortacılık için uyumlu hale getirmiş olan şirketlerin yanında, görüyoruz ki, hemen her sigorta şirketinde bu konuyla ilgili yürüyen bir proje var. Önümüzdeki yıl içerisinde pazarın bütün önemli oyuncularının bu altyapıları hazır hale getirmiş olacağını görüyoruz. Bu hem bizim gibi araçlar, hem de tüketiciler için oldukça sevindirici bir gelişme.

Müşteri profilimize baktığımızda, genel internet kullanıcı profilinden biraz daha farklı olduğunu görüyoruz. Sigortalanabilir varlığa sahip olmak en önemli noktalardan birisi tabi ki. Genel internet kullanıcı profilinin yaş ortalaması daha düşükken, bizim müşteri profilimizin yaş ortalaması 30 ve üzeri diyebiliriz.

Ayrıca sigorta satın almasında karar vericinin halen erkek olduğunu, bizim kendi istatistiklerimiz de ispatlıyor. Müşterilerimizin yüzde 75'ini erkekler oluşturuyor. Ama bu trendin gelecek yıllarda değişeceğini öngörüyoruz. Eğitim olarak da yüzde 60'ının üniversite ve üzeri eğitim seviyesine sahip olduğunu görüyoruz. Meslek kırımlarına baktığımızda, mühendis, bilgi işlem sektörü çalışanı, öğretmen, avukat gibi mesleklerin ön plana çıktığını söyleyebiliriz.



Banka Kartı

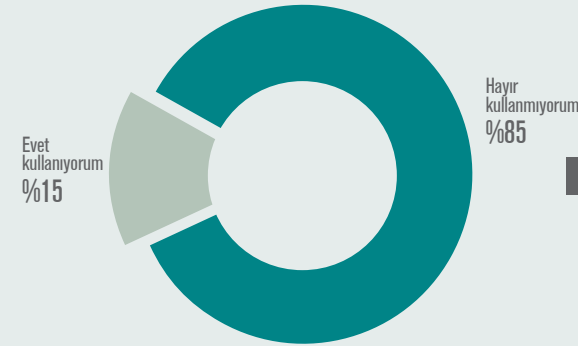


Kart Monitör - Tüketiciler, Kasım 2012

Baz: 803; Toplam örnek

Banka Kartı İle Alışveriş

Banka Kartının Alışverişlerde Kullanımı

Baz: 585; Yardımsız olarak banka kartını
alışverişlerde kullandığını belirtmeyenler

Kart Monitör - Tüketiciler, Kasım 2012

Banka Kartının Alışverişlerde Kullanılabileceğinin Bilinirliği

Baz: 500; Banka kartını
alışverişlerde kullanmayanlar

“ Banka kartının alışverişlerde kullanılacağını bilenlerin oranı yüzde 74. Banka kartı ile ortalama 66 liralık alışveriş yapılıyor. Banka kartını 200 liranın üstündeki alışverişlerinde kullananların oranı yüzde 11 olurken araştırmaya katılanların %3’ü, 3 lira ve altındaki ödemeleri için banka kartını kullanıyor. ”



Biletix Genel Müdürü M.Kemal Erdine

Eğlence sektöründe online alışverişe ilgi artıyor

Biletix'in cirosunun yüzde 61'i online satış kanallarından geliyor. Geçmiş yıllara göre nakitten kredi kartına ciddi bir kayma gözleniyor. Mobil kanalların artışıyla birlikte e-ticaretin daha da büyümesini bekliyoruz.

Kartlı ödeme sistemleri son tüketiciye ulaşmak isteyen firmalar için vazgeçilmez hale geldi. Bizim iş modelimizin büyük bir kısmı online satışa dayandığı için kartlı ödeme sistemlerinin hayatımızdaki rolü daha da artıyor. Müşteriye tercih ettiği kart ile alışveriş imkânını sunabilmek bizim için çok önemli.

Online alışverişe ilgi, eğlence sektöründe her geçen gün artıyor. Mobil kanalların artan kullanımı düşünülürse bu kanalın önümüzdeki yıllarda daha da büyümesini bekliyoruz. Ciromuzun yüzde 61'i online satış kanallarımızdan geliyor. Online alışveriş tercih edenlerin yüzde 80'i 20-45 yaş aralığında. Eğitim düzeyi yükseldikçe e-ticarete olan ilgi artıyor.

Ciromuzun yüzde 85'i kredi kartı ile yapılan ödemelerden geliyor. Geçmiş yıllarda nakitten kredi kartına ciddi bir kayma olduğunu, bunun belki biraz daha sürmesini ama bir noktada bizim sektörümüz için durmasını bekliyoruz. Bilet satışlarında azalan bir payla da olsa nakit satışın her zaman bir yeri olmasını bekliyoruz.

İçinde bulunduğumuz sektör kartlar, taksit ve kampanyalara bağımlı bir sektör değil. Genellikle sabit bir kart programı sunuyoruz ve bunda da müşterilerin yüzde 75'i tek çekim, yüzde 25'i taksitli ödemeyi tercih ediyor.

Müşterilerimizin bu konuda oldukça bilinçli oldukları söylenebilir. Online sistemlerimiz 3DS satış destekliyor.

Biz bunu zorunlu hale getirmesek bile müşterilerimizin bunu tercih ettiklerini gözlemliyoruz. Perakende satış kanalımız ise zaten chip&pin işlem yapıldığı için güvensiz bir işlem yapmaya fırsat vermiyor.

Ayrıca, database ve biletleme sistemlerimizin güvenilirliği iştiraki olduğumuz Live Nation Entertainment ilkeleri doğrultusunda belirleniyor. Burada müşterinin her türlü bilgisinin güvenliği ön planda ve özellikle kredi kartı bilgileri ile ilgili çeşitli denetim ve düzenlemeler yapılıyor.

E-ticaret, insanların düşünmeden 'evet' diyebileceği kolaylıklar ve avantajlar sunduğu için hem Türkiye'de hem de diğer ülkelerde hızla yükselen bir grafik gösteriyor. Elbette ki gerek altyapı yatırımı, gerek ilgili teçhizata ulaşım her ülkede insanların bu konuya ayırabildikleri bütçe doğrultusunda oluyor ve Türkiye kişi başına düşen milli gelir olarak bakıldığında çok da yüksek gelir seviyelerinde değil. Buna rağmen son birkaç yıldır e-ticaret kanalına kayışın nasıl hızlandığı, insanların bu kanala ne kadar ilgi duyduğu ortada. Kanımızca bu büyüme ileriki yıllarda da devam edecek ve Türkiye'deki e-ticaret kullanımı bir noktada dünya seviyesini yakalayacak.

BKM Express son zamanlarda birçok örneğine rastladığımız cüzdan uygulamalarından birisi olarak karşımıza çıktı ve biz kurum olarak bu fikri hemen satın aldık. Burada ürünü beğenmemiz ve güvenliğin öne çıkarılmasının yanında; bu projenin BKM çatısı altında çıkması da bizim için önemli bir etken oldu. BKM'yi bankaların bir iştiraki olarak üstlendiği görev ve üzerinden geçen işlem hacmini dikkate alarak bu tip bir projede başarıya daha yakın olarak değerlendiriyoruz.

‘BayBay Nakit’ diyoruz, 2023’te “Nakitsiz Ödemeler”i hedefliyoruz

Nakdin sahtesi olur, yırtılır, çalınır, elden ele dolaşır, cüzdanda çok durmaz, üstü gelsin diye beklersin. Ödemeni kredilendirmek istemediğinde ise cüzdandan banka kartını çıkartırsın. Banka kartının başına bir şey gelse bile, arar iptal edersin. Bu nedenle banka kartı küçük ödemelerde nakdin yerini çoktan almaya başladı. 2011 yılının genelinde yerli ve yabancı banka kartlarının yurt içi kullanımı 258.9 milyar lira olurken, bu eşik 2012 yılının Ekim ayı itibarıyla aşıldı ve toplam 260.5 milyar liraya çıktı. Türkiye’de toplam 90 milyon 418 bin banka kartı bulunurken, kart başına işlem tutarı 320.15 lira, işlem başına ortalama tutar ise 243.38 lira düzeyinde seyrediyor. Bankalararası Kart Merkezi’nin Kart Monitör Araştırması’na katılanların yüzde 99’u banka kartı olduğunu, yüzde 94’ü de aktif olarak kullandığını belirtiyor. Araştırmada, banka kartının

alışverişlerde kullanımı, yüzde 15 olurken bu özelliği de artık her 4 kişiden 3’ü biliyor. Kart Monitör araştırmasına katılanların yüzde 20’si banka kartını nakit para olarak tanımlıyor. Banka kartını “alışveriş yapan kart” olarak görenlerin oranı yüzde 9. İş, banka kartının kullanım amaçlarına geldiğinde “alışveriş yapmak için” olduğunu düşünenlerin oranı yüzde 27. “Para yatırmak ve çekmek için” diyenlerin oranı ise yüzde 46.

Banka kartının nakit paraya göre en büyük avantajı olarak, kolaylığı yani rahat taşınması gösteriliyor. Ama dikkat çekici bir husus da araştırmaya katılanların yüzde 79’unun banka kartının nakit para taşımaktan daha güvenli olduğunu düşünmesi. Araştırmada banka kartının puan kazandırma özelliğini avantajlı bulanların oranı yüzde 19 olurken, “her istediğimi alabilirim” diyenler yüzde 18’lik bir kesimi oluşturuyor.

Banka kartını dilediğimiz her yerde kullanabiliyoruz. “Banka kartınızı en düşük kaç liralık alışverişinizde kullanırsınız” diye sorulduğunda, 3 lira ve altındaki alışverişlerde bile kullanıldığı görülüyor. Ortalama alışveriş tutarının 66 lira olduğu banka kartında, genel dağılıma bakıldığında minimum alışveriş tutarı içinde en yüksek oran yüzde 14 ile 6-10 lirayı işaret ediyor. Bunu yüzde 13’lük bir oranda “minimum alışveriş tutarım 51-75 lira” diyenler izliyor.

Banka Kartının Nakit Paraya Göre Avantajları



“Kart Monitör araştırmasına katılanların yüzde 20’si banka kartını nakit para olarak tanımlıyor.”





E-bebek Genel Müdürü Halil Erdoğan

BKM Express liderliğe oynuyor

E-bebek Genel Müdürü Halil Erdoğan, “BKM Express’in müşteriye sunacağı ek avantajlar ve mağazacılık maliyetlerinin azalması yönünde sağlayacağı imkanlar ile yakın zamanda daha fazla kişi tarafından kullanılacağını ve sektördeki liderler arasında yer alacağına inanıyorum” dedi.

Kartlı ödeme sisteminin hayatımızdaki yeri elbette çok büyük. Günümüzde tüketicilerin çoğunluğu gerek nakit taşımamayı tercih etmeleri nedeniyle, gerekse de kart sisteminin sağladığı avantajlar sebebiyle bu sistemi kullanmayı tercih ediyor, dolayısıyla mağazacılıkta yoğun olarak bu sistemi kullanıyoruz. Online mağazalarımızda ise havale ile ödemelerin de aktif olmaması sebebiyle tamamen kredi kartına yöneldik.

Online mağazamızda sadece kredi kartı ile ödeme yapılıyor. Fiziki mağazalarımızda ise kayda değer bir etkisi olduğunu söyleyebiliriz. Kredi kartı kullanmak tüketiciye hem ödemede kolaylık sağlıyor hem de kazandırdığı puan, taksit vb imkanlar ile alışveriş yapmayı kolaylaştırıyor. Dolayısıyla bu hem bizim ciromuzu hem de ekonomiyi olumlu etkiliyor.

e-bebek, yola e-ticaretle başlayan ve tüketiciden aldığı talebin yoğunluğu ile fiziki mağazacılığa da yönelen bir marka. E-ticarette click to brick iş modelini Türkiye’de ilk kez ve büyük bir başarı hikayesiyle biz uyguladık. Şu anda ise 11 ilde 22 mağazamız ve ilk yola başladığımız yerden bugüne kadar devam ettirdiğimiz online mağazamız ile 2 ayrı satış kanalı üzerinden hizmet veriyoruz.

Online mağaza e-bebek’in ilk ve en büyük mağazası. E-bebek’in toplam cirosunun yaklaşık yüzde 20’si buradan geliyor. Önümüzdeki iki yıl içerisindeki hedefimiz ise online ve fiziki mağaza cirolarını yüzde 50-50 oranına getirmek.

Online alışverişte gerek ürün ve marka garantileri ile ürün satışı, gerekse de ürünün teslimatı, satış

sonrası destek ve ödeme güvenliği konularında eksiksiz hizmet veren “satış ve satış sonrası destek departmanı” na sahibiz. Tüm siparişlerin eksiksiz ve zamanında teslim edilmesini öncelik edinen bir müşteri hizmetleri birimimiz var. Tüketici kanunlarının verdiği haklar dışında, e-bebek’in anne ve babalar ve bebek yakınları gibi naif bir kitleye hitap etmesi dolayısıyla sunduğu ekstra bir hizmet anlayışı mevcut. Tüm ürünlerin kullanımı, satış sonrası eğitim, değişim, iade gibi pek çok konuda sunduğu ek hizmetler de bu güvenin artmasını sağlıyor.

Online alışverişin Türkiye’de en yaygın olduğu il, ilk sırada İstanbul, ardından Ankara ve İzmir. E-bebek, hizmet verdiği kitle itibarıyla yüzde 65 oranında bayan tüketiciye sahip. Tüketicimizin yaş aralığı ise ağırlıklı olarak 23 - 32 yaş arasında değişiyor.

Türkiye’de e-ticaretin gelişimi dünyadaki trendlerle paralellik gösterirken, kendine özgü aktif parametreler dolayısıyla da farklılaşıyor. Tüm dünyada başarılı olan iş modellerinin Türkiye’de de başarılı olduğunu gözlemliyoruz ancak bazı modeller de henüz büyüme aşamasındayken sonlandırılabilir. Dünyaca ünlü yatırım ve internet şirketlerinin Türkiye’nin bu değişken şartlarına uyum sağlayamadan çekilmeleri de bu yadsınamaz değişkenliği ortaya koyuyor.

BKM Express, son yıllarda birçok özel girişimin rekabet ettiği kredi kartı ve hesap cüzdanı sistemleri arasında bankaların da desteğiyle oldukça ön plana çıkıyor. Bu bağlamda e-ticaretin gelişmesi, online alışverişe güvenin artması yönünde BKM Express’in üstleneceği görevler ve yapacağı çalışmalar çok önemli. BKM Express’in müşteriye sunacağı ek avantajlar ve mağazacılık maliyetlerinin azalması yönünde sağlayacağı imkanlar ile yakın zamanda daha fazla kişi tarafından kullanılacağını ve sektördeki liderler arasında yer alacağına inanıyorum.

Teknosa Genel Müdürü Mehmet Nane

Online ticaretin payı %2'ye çıktı

E-ticaret Türkiye'de hızlı bir şekilde büyüyor. Online ticaretin Teknosa'nın toplam cirosundaki payı yüzde 2'ye yükseldi. Teknosa online alışveriş Mart-Kasım ayları arasında 40 kat büyüdü. 2015 yılında online alışverişin payının yüzde 10'a ulaşması hedefleniyor.

Online ticaret hızlı büyümesini sürdürüyor. Y jenerasyonu dediğimiz internet nesli üniversite çağına geldi. Türkiye'nin lider teknoloji perakendecisi olarak online alışverişin öneminin farkındayız. Biz de teknosa.com üzerinden tüketicilerimizin beklentilerine kolay ve hızlı çözümler getirebilecek çalışmalar yapıyoruz.

Tüketicilerin online alışverişlerinde belki ürünü dokunarak almalarını sağlayamıyoruz ama teknosa.com'da yer alan hem ürünler hakkında hem de teknolojideki son gelişmeler ile ilgili video ve uzman görüşleri sayesinde doğru ve detaylı bilgiye ulaşmalarını, böylece ürünün kendileri için tüm avantaj ve dezavantajlarını görmelerini sağlıyoruz. Bu sayede de tüketiciler teknosa.com üzerinden ihtiyaçlarını karşılayan doğru ürün tercihini daha kolay bir şekilde yapabiliyorlar.

Yatırımlarımız her geçen gün artıyor, sektörümüze bu alanda da öncülük ediyoruz. Aynı doğrultuda e-ticaretteki müşteri sayımız da artış gösteriyor. Teknosa.com ayda 2.5 milyonu aşkın ziyaretçi sayısı ve yakaladığı satış hacmi ile bugün e-ticarette organize perakendeciler arasında ilk 3 arasında bulunuyor.

Önümüzdeki süreçte e-ticaret hacminin ülkemizde artacağı ve online satışların geleceğin teknoloji perakendeciliğinde de önemli bir yer kaplayacağını görüyoruz. Bu doğrultuda mağaza yatırımlarımızın yanı sıra internet mağazacılığında da müşteri sayımızı artırmak üzere çalışmalarımız devam ediyor.



Burçlara Göre Ödeme Alışkanlıkları



Oğlak

Genel olarak ekstrelerini posta yoluyla takip eden oğlak burcunun yüzde 40.8'i elektronik postayı tercih ediyor. Tüm burçlar içerisinde kredi kartı borcunu internet üzerinden ödemeyi en çok tercih eden oğlakların yüzde 61.8'i borcunu ATM'den ödüyor. Kart şifrelerini paylaşmayı fazla tercih etmeyen oğlakların yüzde 71'i kart borcunun tamamını ödüyor.



Kova

Kovaların yüzde 54.3'ü alışverişlerinde kredi kartını tercih ederken, çek kullanmıyor. Ayrıca yüzde 67.4'ü şifresini kimseyle paylaşmazken, yüzde 28.3'ü en yakın çevresiyle şifresini paylaştığını belirtiyor. Ekstreleri kontrol etmekte titiz davranan kovaların yüzde 52.2'si ekstrelerini posta yoluyla takip ediyor.



Balık

Duygusallığı ile tanınan balıklar kredi kartlarının borcuna en sadık burç olarak öne çıkıyor. Yüzde 87.1 oranı ile kart borcunu ödeme konusunda ilk sırada yer alan balıklar, ödemelerini otomatik talimat ile yapan burçlar arasında yer alıyor.



Koç

Hem cebimden hem kredi kartımdan harcarım diyen burçların başında yer alıyor. Yüzde 47.1 ile nakit, yüzde 47.1 ile kredi kartı kullanan koçlar, yüzde 57.1 oranı ile ekstrelerini posta yoluyla almayı tercih ediyor. Ödemelerini banka şubelerinden yapmayı tercih eden burçlar arasında öne çıkan koçların yüzde 35.7'si borç ödemek için banka şubesine gidiyor.



Boğa

Borcuna sadık burçlardan biri olan boğalar, ATM'den kart borcu ödeme oranı en yüksek burç olarak öne çıkıyor. Her üç boğa burcundan biri (yüzde 65.3) kart borcunu ATM'ye giderek ödüyor. Şifre paylaşımı konusunda en hassas burçlardan biri olan boğalar, yüzde 73.7 ile şifrelerini kimseyle paylaşmıyor.



İkizler

Yüzde 72.4 ile kart borcunun tamamını ödeme konusunda hassas olan burçlar arasında öne çıkan ikizler, şifre paylaşımı konusunda ise aile ve çevresine güvenen bir burç olarak dikkat çekiyor.



Yengeç

Evcimen burçlar arasında yer alan yengeçler, alışverişlerinde kredi kartı kullanımına geldiğinde yüzde 50.5 ile ortalamanın altında kalıyor. Borçlarının tamamını ödeme konusunda da 60.6 oranı ile yüzde 70.6'lık ortalamanın oldukça altında kalan yengeçlerin, yüzde 63.3'ü ekstrelerini posta yoluyla almayı tercih ediyor.



Aslan

Alışverişlerinde kredi kartını tercih eden aslanlar yüzde 62.4 ile kartlı alışverişi en çok seven burç olarak öne çıkıyor. Borcuna da sadık olan aslanlar 75.3 oranı ile kart borcunun tamamını ödeyenler arasında yüzde 70.6'lık ortalamanın üzerinde bulunuyor. Ekstrelerini kontrol etmekte titiz davranan aslanların %34.4'ü şifresini yakın çevresi ile paylaşıyor.



Başak

Gelenekçi ve titizliği ile tanınan başaklar, yüzde 34.5 oranı ile ekstrelerini sıkı takip eden burçlar arasında yer alıyor. Ekstrelerini yüzde 56.4 oranı ile posta yolu ile takip eden başakların, kart borcunun tamamını ödeme konusunda yüzde 63.6 oranı ile yüzde 70.6'lık ortalamanın altında kaldığı görülüyor.



Terazi

Kültür ve sanata olan tutkuları ile tanınan teraziler, yüzde 60.9 oranı ile alışverişlerinde kredi kartı kullanmayı tercih eden burçlar arasında ikinci sırada yer alıyor. Nakit taşımayı sevmeyen teraziler, ekstrelerini yüzde 31.3 oranı ile internetten ve 15.7 oranı ile SMS yoluyla takip ediyor.



Akrep

Yüzde 55.2 oranı ile alışverişlerde kredi kartı kullanımında ve yüzde 71.3 oranı ile borçlarının tamamını ödeme konusunda ortalamanın üzerinde yer alan akrepler, ekstrelerini internet yoluyla takip eden burçların başında geliyor. Yüzde 41.4 oranı ile ekstrelerini elektronik posta yoluyla almayı tercih eden akreplerin şüpheciligi şifre paylaşımı konusunda geçerli değil.



Yay

Balıkların ardından borcuna en sadık burç olarak dikkat çeken yayların yüzde 77.4'ü borcunun tamamını ödüyor ve ödemeyi yüzde 58.1 ile ATM'lerden yapmayı tercih ediyor. Ekstrelerini cep telefonlarına gelen SMS ile takip eden burçlar arasında yüzde 19.4 oranıyla açık ara öne çıkan yaylar, şifre paylaşımında hassas olmayan burçlar arasında yer alıyor.

B**K****M****BANKALARARASI
KART MERKEZİ**

1990 yılında kurulan Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) faaliyetleri, kartlı ödeme sistemi içerisinde;

- Bankalararası işlemleri doğrulatmak ve takasını gerçekleştirmek
- Ortak sorunlara çözüm bulmak
- Kartlı ödeme sistemleri konusunda ülke çapında stratejik çalışmalar yapmak ve
- Yurtiçi kartların kural ve standartlarını geliştirmektir.

Verimli operasyonları ve yüksek işlem hacmi ile dünyada alanında örnek gösterilen BKM, güçlü teknik donanımı, altyapısı ve insan kaynaklarıyla, üyelerine, perakende sektörüne, kamuya ve bireylere kartlı ödeme sistemleri konusunda en iyi hizmeti sunmak üzere çalışmalarına devam etmektedir.



İNTERNETTEN

BKM Express ile



kart bilgisi vermeden



kolayca



hızla



güvenle



ALDIM!

İnternette alışveriş öncesi mutlaka!

www.bkmexpress.com.tr

Şimdi internet alışverişlerinizi, kart bilgisi vermekle uğraşmadan, kolayca ve hızla yapabilmemiz için yeni bir güvenli ödeme sistemi var: Bankaların ortak platformu Bankalararası Kart Merkezi'nden, **BKM Express!**

bkmexpress.com.tr'yi tıklayın, kartlarınızı tanımlayın, başlayın. Alışverişte internet kullanmayan kalmasın!

BKM
express



BKM Express; BKM Express üyesi bankaların kartları ile yapılan alışverişlerde ve BKM Express üye işyerlerinde geçerlidir. Detaylar için: www.bkmexpress.com.tr

BKM
BANKALARARASI
KART MERKEZİ