

PANDEMİ İLE BİRLİKTE DİJİTAL ÖDEME SİSTEMLERİNE GÜVEN ARTTI!

KOBİ'lerin dijital dönüşüm süreçlerine katkıda bulunmak için TÜRKONFED ve Türkiye İş Bankası iş birliğinde hayata geçirilen Dijital Anadolu Projesi, “Dijital Dönüşüm ve Ödeme Sistemleri” ana temasıyla devam etti. Çevrim içi olarak düzenlenen etkinlikte katılımcılar, pandemi döneminde değişen tüketici alışkanlıklarına ve KOBİ'lerin bu süreçte atması gereken adımlara dikkat çekti.

3 Kasım 2021 / İstanbul – Üretime odaklanmış sektörlerin dijital dönüşümüne katkı sağlama hedefiyle Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED) ve Türkiye İş Bankası tarafından hayata geçirilen Dijital Anadolu Projesi'nin çevrim içi etkinlik serisi, “Dijital Dönüşüm ve Ödeme Sistemleri” ana temasıyla devam etti. Teknoloji Yazarı Serdar Kuzuloğlu'nun moderatörlüğünde düzenlenen yılın dokuzuncu etkinliğine TÜRKONFED Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve DOKAY Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Salih Özen, IdeaSoft İş Ortakları Direktörü Eray Şentürk ile Moka Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü Selim Güsar katılım gösterdi.

Mehmet Salih Özen: “Dijital olgunluk düzeyi arttıkça ödeme sistemleri de dijitalleşiyor”

Pandemiyle birlikte başlayan temastan kaçınma duygusunun tüketici alışkanlıklarını değiştirdiğini söyleyen TÜRKONFED Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve DOKAY Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Salih Özen, “Market alışverişi, taksi çağırma gibi işlemleri saniyeler içinde yapabildiğimiz bu dönemde, dönüşümün en önemli tamamlayıcılarından biri de ödeme sistemlerinin dijitalleşmesi” dedi. Özen, dijital ödeme sistemlerinin gelişmesiyle birlikte siber güvenliğinin önemini arttığına da dikkat çekti. TÜRKONFED'in araştırmasına göre KOBİ'lerin dijitalleşmenin ilk fazında olduğunu ve bunun ödeme sistemlerine de yansıdığını ifade eden Salih Özen şöyle devam etti; “KOBİ'ler tahsilat ve ödeme alma için ağırlıklı olarak hesaba ödeme gibi geleneksel yöntemleri tercih ediyor. Firmaların yüzde 81,3'ü ödeme alma, yüzde 79,5'i ise ödeme yapma için hesaba ödeme yöntemini kullanıyor. Fiziki POS kullananların oranı yüzde 64,4, Sanal POS kullananların oranı ise henüz yüzde 32 düzeyinde. Ancak firmaların dijital olgunluk düzeyi arttıkça bu alandaki uygulamaların kullanımının da paralel bir şekilde arttığı görüyoruz.”

Eray Şentürk: “Müşteriyi gözünden tanıma dönemi e-ticarette birlikte sona erdi”

IdeaSoft İş Ortakları Direktörü Eray Şentürk, Türkiye'nin kredi kartı ve banka kartı kullanımı ile sosyal medyada geçirilen zaman bakımından dünyada ilk sıralarda yer aldığı, bunun da e-

ticarete olumlu katkı sunduğunu belirterek, “Pandemi ile birlikte Türkiye, Hindistan Çin gibi potansiyeli endüstri dengesine tam olarak varamamış ülkelerde e-ticaret yapan firmalar yüzde 100’e varan büyümeler kaydetti. Hatta oyuncak sektöründe yüzde 2 bin gibi müthiş bir artış yaşandı. Hobi, ev dekorasyonu, ev giyim sektörleri de e-ticaret alanında hızla ilerledi” diye konuştu. KOBİ’lerin e-ticaret alanında yaşadığı sıkıntılara da değinen Şentürk şunları söyledi; “KOBİ’ler yıllardır dükkanlarının kapısından giren müşteriyi gözünden tanır, onların ne satın alacağını bilirdi. Oysa e-ticarete kimsenin gözüne bakamıyor olmanın sıkıntısını yaşayabiliyorlar. Geçmişten gelen alışkanlıklarla tüm enerjiyi, sermayeyi ve motivasyonu tedarik, üretim ve stok için harcayıp, tanıtım ve pazarlama adına bir çalışma yapmadıkları takdirde tüketiciyi anlamak ve izlemek noktasında geride kalıyorlar.”

Selim Güsar: “Unicorn olmak için küresel bir yaklaşım benimsemeliyiz”

Türkiye’nin teknoloji kullanımı konusunda dünya standartlarının üzerinde olduğunu ancak teknoloji pazarlama alanında zayıf kaldığını söyleyen **Moka Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü Selim Güsar**, “Bu konuda en çarpıcı örneklerden biri, 1990’ların sonunda ödeme sistemleri tarafında yarattığımız taksit uygulamasıdır. Öyle ki bu sistem 2001 krizinde perakende sektörünün ayakta kalmasında büyük pay sahibi oldu. Günümüze baktığımızda Avrupa’daki bazı büyük firmaların ‘şimdi al, sonra öde’ sistemini yani bizim 20 yıldan fazla süredir uyguladığımız sistemi büyük bir yenilik olarak sunduklarını görüyoruz. Eğer finansal teknolojiler tarafında unicorn yaratma hedefimizi gerçekleştirmek istiyorsak daha küresel bir yaklaşım benimsemeliyiz” şeklinde konuştu. Pandemi ile birlikte tüketicilerin ödeme tercihlerinin değiştiğini de ifade eden Güsar sözlerini şöyle tamamladı; “İnternette alışveriş yapmayan müşterilerin en büyük endişesi, satın aldıkları ürünün kendilerine ulaşıp ulaşmayacağıydı. Ancak pandemi sürecinde bu güven sağlandı. Nitekim 2020 yılında 10 milyon yeni kart kullanıcısı ilk defa internette işlem yaptı ve yapmaya da devam ediyor. Dolayısıyla KOBİ’ler hizmet çeşitliliği, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerine odaklandıkları takdirde e-ticarete başarılı olma şansları son derece yüksek.”

Dijital liderleri 21 bin kişi takip etti

2018 yılında başlayan **Dijital Anadolu Projesi**, ilk iki yılında dokuz kentte üç bin KOBİ’ye ulaşırken, 2020 yılında pandemi dolayısıyla çevrim içi ortamda düzenlenmeye başlanan yayınları ise o tarihten bu yana 18 bin katılımcı takip etti. Böylece proje boyunca toplam 21 bin kişiye ulaşılmış oldu. Farklı temaların işlendiği etkinlik serisi, dijitalleşmeye odaklanan işletmeleri ve girişimcileri, dijital liderler ile buluşturmaya önümüzdeki aylarda da devam edecek.

Dijital Dönüşüm Merkezi’nden ücretsiz dijitalleşme karnesi ve yol haritası hizmeti

Dijital Anadolu Projesi’nin yanı sıra, **TÜRKONFED** ve **Türkiye İş Bankası** iş birliği, **BANDWITT** çözüm ortaklığında Türkiye’nin 23 şehrinden 125 firmaya dijitalleşme hizmetini **ücretsiz olarak** sunan **Dijital Dönüşüm Merkezi’nin (DDM)** web sitesi www.ddm.org.tr

üzerinden sisteme kaydolun ve dijitalleşme karnelerinin hesaplanabilmesi için gerekli koşulları sağlayan KOBİ'lere, ücretsiz olarak dijitalleşme karnesi ve yol haritası sunulmasına devam ediliyor.