FINTR

Finansal İnovasyon ve Teknoloji Derneği

Dijital Bankacılık

2024'te dijital bankacılık kullanıcı sayısı 3,6 milyarı aşacak

Dijital bankacılık hizmetleri dünya genelinde norm haline gelirken, bankacılık sektörünü fintechlerin başı çektiği hızlı bir dönüşüm bekliyor.

FINTR
Finansal İnovasyon ve Teknoloji Derneği

Tuna Güleryüz
FINTR Pazarlama İletişimi Yöneticisi

Dünyanın ilk bankası Monte dei Paschi di Siena, İtalya'da 1472'de kuruldu. O tarihten beri süregelen bankacılık sektörü, dünyanın en eski ve köklü sektörlerinden biri. Belki son 10 yıla kadar gelenekselin beraberinde getirdiği 'güven' hissinden faydalanan bankalar, artık köklü geçmişlerine sırtını dayayamıyor. Zira müşterilerin beklentisi geleneksel olandan ziyade kolaylık, hız ve erişilebilirlik yönünde değişti. Dünya genelinde özellikle son 10 yıldır hız kesmeyen bir dijital dönüşüm içerisinde olan bankacılık sektörü, pandeminin de etkisiyle dijital kanallara çok keskin bir dönüş yaptı.

Yeni ve inovatif bankalar ile fintechlerin pazar paylarını artırmasıyla beraber, bankacılık hizmetleri anlayışı kökten değişiyor. Artık banka dendiğinde aklımıza ilk gelen görüntü şubeler değil, bankaların web siteleri ile cep telefonlarımızdaki bankacılık uygulamaları. Bankalarla etkileşimimizin öncelikli kanalı haline gelen dijital bankacılık, deneyimimizin ve memnuniyetimizin de ana belirleyicisi.

Bankaların geleneksel kanallarının rotasını yeniden çizmesi gerekiyor. Dijital öncelikli stratejinin taşıdığı hayati önemin farkında olan bankalar, günümüzde geleneksel tüm kanallarını dijitalleştirerek uçtan uca ürün ve hizmet sunmaya yatırım yapıyor. Hız, çeviklik, ölçeklenebilirlik ve müşteri deneyimi dahil olmak üzere her alanda fintechler ile işbirlikleri yaparak, norm haline gelen dijital bankacılıkta müşteri beklentilerini karşılamaya çalışıyor.

Dijital bankacılık nedir?

Dijital bankacılık, online ve mobil bankacılık hizmetlerini tek bir çatı altında toplayan bir terim olarak tanımlanabilir.

Online bankacılık, bankaların web sitesi üzerinden finansal hizmetlere erişmek anlamına gelir. Kullanıcılar, online bankacılık platformuna giriş yaparak hesap bilgilerini kontrol edebilir, faturalarını ödeyebilir, kredi veya kredi kartı başvurusu gibi ek bankacılık özelliklerine erişebilir.

Mobil bankacılık ise bu bankacılık hizmetlerine akıllı telefonlar veya tabletler gibi mobil cihazlar aracılığıyla, uygulama üzerinden ulaşıldığı formatı temsil eder. Mobil bankacılık uygulamaları, para transferleri ve fatura ödemesi gibi en çok kullanılan bankacılık özelliklerinin yanı sıra genellikle üçüncü taraflar aracılığıyla uçtan uca ödemeler gibi kullanışlı özellikleri de içerir. Bankalar, müşterilere dolandırıcılık şüphesi ve düşük bakiye bildirimleri gibi bankacılık uyarıları göndermek için mobil uygulamalarını da kullanabilir.

Özetle dijital bankacılık, bankacılık işlemlerinin ve operasyonlarının pürüzsüz olarak, uçtan uca gerçekleşmesini sağlamak için teknolojinin uygulanmasıdır. Online ve mobil bankacılık birlikte dijital bankacılık çatısını oluşturarak bireysel ve kurumsal müşterilerle beraber bankalar için birçok avantajı beraberinde getirir.

Dijital bankacılık nasıl avantajlar sağlar?

Dijital bankacılığın bankalara sağladığı en önemli avantajlardan biri operasyonel maliyetlerin, arka ofis işleri, hata riski ve azalan şube ve personel ihtiyacı ile beraber azalmasıdır. Bir bankanın tüm işletme maliyeti, dijital bankacılık ile birlikte %20 ila %40 arasında azaltılabilir. Bu da bankalar için dijital müşteri deneyimine yatırılabilecek daha fazla kaynak anlamına gelir. Diğer bir deyişle, operasyonel maliyetten düşülen her yüzdelik, bankanın dijital dönüşümü için kullanılabilecek sermayeyi yaratır.

Bankalar için dijital bankacılığın diğer bir avantajı da, dijital dönüşümlerinin önüne geçen, süreci yavaşlatan eski sistemlerin geride bırakılmasıdır. Dijital dönüşümü genellikle maliyetleri düşük tutmak amacıyla yeterince önceliklendirmemiş olan bankalar, özellikle pandemi sürecinde dijitale hazırlıksız olmanın ağır sonuçlarıyla başa çıkmak zorunda kaldı. Şubelerin alınan sağlık önlemleriyle kapanmasının ardından, çağrı merkezlerinde uzun kuyruklarla başlayan büyük operasyonel yük, artan bekleme ve yanıt verme süreleri ile beraber müşteri memnuniyeti görülmemiş ölçüde azaldı.

Kısacası nihai maliyet, dijital dönüşümün potansiyel maliyetinden çok daha yüksekti. Günümüzde bankaların dijital yeterlilikleri, herkes tarafından kabul edildiği üzere hayati önem taşıyor.

Dijital bankacılığın müşteriler için getirdiği avantajlar ise daha gelişmiş bankacılık ürünlerine ve hizmetlerine her yerden, daha iyi ücretler karşılığında erişebilirlik olarak özetlenebilir. Bankacılık hizmetlerine 7/24 her yerden erişme imkanı ile birlikte, tüm işlemlerin uçtan uca tek cihazdan tamamlanmasını sağlayan ‘akıllı bankacılık’ uygulamalarının müşterilerin hayatını ne kadar kolaylaştırdığı aşikar. Dijitalin sağladığı kaldıraçla bankaların operasyonel giderlerinin azalması, müşterilere daha gelişmiş hizmet ve ürünlere daha düşük ücretle erişim imkanı olarak yansıyor. Aynı zamanda dijital bankacılık hizmetleri, bankasız veya imtiyazsız nüfusların da finansal hizmetlere ulaşabilmesini ve onlardan yararlanabilmesini sağlıyor.

Dijital bankacılığın mevcut durumu

Global

COVID-19'un bankacılık sektörüne en büyük etkisi, dijitalleşmeyi keskin şekilde hızlandırması oldu. Dünya genelinde finans sektörü çalışanlarının %60'ı COVID-19'un dijital dönüşümlerini hızlandırdığını belirtiyor.[1] Yine pandemi etkisiyle, banka müşterilerinin %30'u mobil bankacılık uygulamalarını daha çok kullanmaya başladı.[2] Batı Avrupa'daki banka müşterilerinin yüzde 10 ila 25'i şubeleri ileride daha az ziyaret etmeyi planlasa da, yüzde 30 ila 50'sinin, daha karmaşık ürünler ve konularda yardım almak için hala şubeleri tercih ettiğini belirtmekte fayda var.

2020'de dünyadaki toplam dijital bankacılık müşterilerinin sayısı 2,4 milyara ulaştı. Sadece-dijital bankaların yükselişi ve yerleşik bankaların dijital dönüşüme odaklanmasıyla birlikte 2024'te bu sayının 3,6 milyarı aşması bekleniyor.[3]

Öte yandan, bankacılık sektörünün yeni oyuncuları olan neo ve challenger bankalar geçtiğimiz on yılda hızla büyüdü. Hatta günümüzdeki bileşik yıllık büyüme oranları (CAGR) %46'ya ulaştı. 2025'e kadar pazar büyüklüğünün 356 milyon doları aşacağı öngörülen[4] neo ve challenger bankaların başarısı yadsınamaz noktaya geldi.

"Challenger" bankalar, özellikle 'dört büyük' bankanın (Barclays, HSBC, Lloyds Banking Group ve NatWest Group) yetersiz hizmet verdiği alanlarda uzmanlaşarak köklü bankalarla doğrudan rekabet eden, yakın zamanda kurulan küçük perakende bankalarıdır. Geleneksel bankacılığın maliyetlerinden ve karmaşıklığından kaçınarak, yalnızca online hizmetler gibi finansal teknoloji uygulamalarıyla kendilerini ayrıştırırlar. Yerleşik bankaların karşısında kendilerini özellikle yeterince hizmet alamayan grupları hedefleyerek konumlayan challenger bankaların stratejilerinin oldukça başarılı olduğunu söylemek mümkün.[5] Günümüzde challenger bankalar, finansman zorluklarıyla karşı karşıya kalmalarına rağmen, yerleşik bankalar için zorlu rakipler olmaya devam ediyor. Monzo Bank, Tandem, Revolut gibi örneklerin dahil olduğu challenger bankalar son birkaç yılda milyonlarca müşteri edindi.

Neo bankalar ise fiziksel şubeleri bulunmayan, yalnızca online olarak çalışan bir tür doğrudan bankacılık türü olarak tanımlanabilir. Neo banka terimi ilk olarak 2017 yılında geleneksel bankalara meydan okuyan fintech tabanlı finansal sağlayıcıları tanımlamak için kullanılmaya başlandı.

[1] https://www.statista.com/statistics/1200484/covid-digital-transformation-process-industry/
[2] https://www.temenos.com/news/2020/08/17/how-covid-19-is-transforming-digital-banking/
[3] https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/digital-banking-users-to-exceed-3-6-billion
[4] https://www.fintechmagazine.com/banking/difference-between-neobank-and-challenger-bank
[5] https://www.cbinsights.com/research/digital-banking-fintech-underbanked-covid-19/

Günümüzde öne çıkan neo bankalar arasında Simple, Moven, Holvi ve Monese sayılabilir.

Neo ve challenger bankalar, hızla büyüyen müşteri tabanlarına benzer hizmetler sunuyor gibi görünüyor olabilir, ancak aralarında önemli farklar var.[6] Terimlerin netleşmesi açısından bu farklardan bahsetmekte fayda görüyoruz:

1. **Bankacılık lisansı:** Challenger bankaların bankacılık lisansı varken, neo bankaların lisansı bulunmuyor. Diğer bir deyişle, yalnızca challenger bankalar kredi kartı çıkarmak ve kredi vermek gibi bütünsel finansal hizmetler sunabiliyor. Neo bankalar bu hizmetleri ancak lisanslı bir kuruma bağlı olmaları halinde verebiliyor.

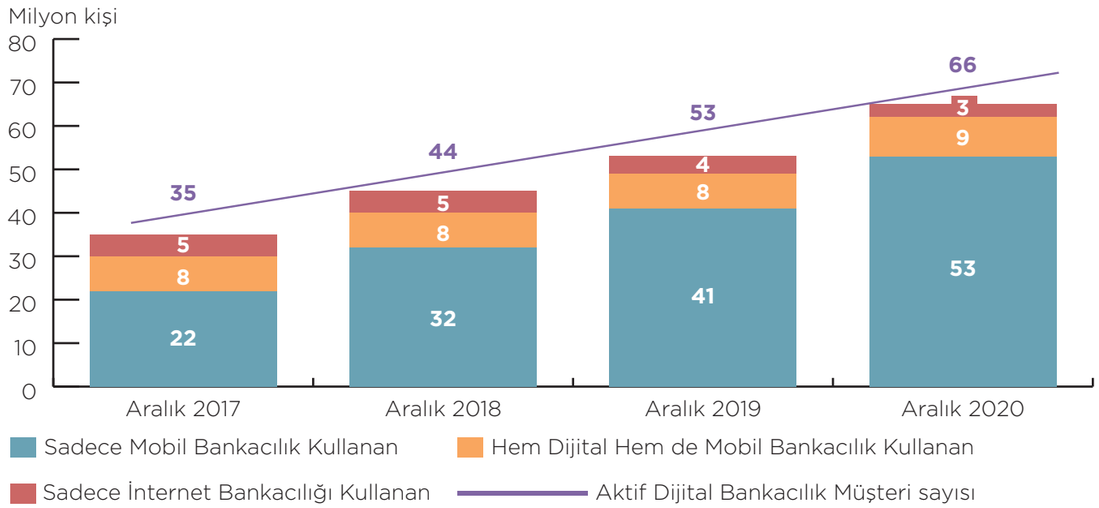
2. **Fiziksel şube:** Challenger bankaların, çok az sayıda fiziksel şubeye de sahipler. Günümüzde bu şubelerin çoğunluğu Birleşik Krallık'ta bulunuyor. Neo bankaların ise fiziksel şubesi bulunmuyor.

3. **Hesap, ürün ve hizmetler:** Challenger bankalar hem bireysel hem de ticari hesaplar sunuyorlar; ürün ve hizmetlerini daha dijital ve kullanıcı dostu olmaları için sürekli geliştirmeye odaklanıyorlar. Neo bankalar bazı bireysel hesaplar ve hizmetler sunsalar da, daha çok KOBİ'leri ve startupları hedefliyorlar. Kendini sadece banka olarak değil, online finans teknolojisi firmaları olarak konumlandırıp, genellikle dijital okuryazarlığı yüksek müşterilere hitap ediyorlar.

[6] https://treasuryxl.com/blog/whats-the-difference-between-a-neobank-and-a-challenger-bank/

Türkiye

Türkiye Bankalar Birliği'nin verilerine göre, 2020'de aktif dijital bankacılık müşterilerinin sayısı bir önceki yıla göre 12,5 milyondan fazla artarak yaklaşık 66 milyon kişiye ulaştı. Bu müşterilerin 3 milyonu, 'sadece internet bankacılığı' işlemi yaparken, 53 milyonu ise sadece mobil' bankacılık işlemi yaptı. Hem internet hem mobil bankacılık işlemi yapan kullanıcı sayısı ise 9 milyon olarak gerçekleşti.[7]



Tüm bu veriler, dijital bankacılığın, özellikle de mobilin Türk tüketicisi tarafından hızla benimsendiğini gösteriyor. Türkiye'de hizmet veren bankalar için, rekabetin geleceğini dijital bankacılıkta özellikle mobilin belirleyeceğini söylemek yanlış olmaz.

Türkiye'de birçok banka, COVID-19 öncesinde de ATM'ler ve çağrı merkezleri de dahil olmak üzere birçok kanalını 'dijital bankacılık' çatısı altında toplamıştı. Türkiye bankacılık ve finans ekosisteminin, dijital öncelikli perspektifi çoktan kabul etmiş ve uygulamaya geçirmiş olması, günümüzde Türkiye'de bankacılık sektörünün neden pek çok Avrupa ülkesine göre çok daha gelişmiş olduğunu açıklayan önemli faktörlerden biri.

[7] Türkiye Bankalar Birliği, Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri, Aralık 2020

Dijital bankacılığın geleceği

Dijital bankacılık ve fintech ekosisteminde, önümüzdeki dönemde yükseleceği öngörülen birçok trend var: mikro hizmetler, yapay zeka-makine öğrenimine dayalı otomasyon, merkeziyetsiz finans (DeFi), tahmine dayalı (kestirimsel) analitik uygulamalar...[8]

Peki, bu sektörel jargonun ötesine geçildiğinde, dünyanın yeni şartlarında dijital bankaların nereye gideceğini öngörüyoruz?[9]

1. **Şubelerin sayıları azalırken, işlevleri büyük ölçüde değişecek**
   Dijital bankacılığın sunduğu hizmet yelpazesinin yatay ve dikey düzlemde daha da büyümesiyle birlikte şubelere yönelen müşteriler gün geçtikçe azalıyor. Azalan müşteri talebine bağlı olarak, gelecekte daha az sayıda ve daha küçük şubeler olacağını ve bunların dijital becerilerinin daha da gelişmiş olacağını öngörüyoruz. Bankacılıkta günlük işlemler için mobil öncelikli kanal haline gelirken, şubeler daha çok karmaşık ve yüksek riskli işlemlerin yapıldığı, finansal kararlarında müşterilere yardımcı olan danışmanlar olarak konumlanacak. Hatta McKinsey'e göre, şubeler yakın gelecekte bankaların verdiği tüm hizmetlerin yalnızca %5'inden sorumlu olabilir.[10]

2. **Dijital kanalların işlevselliği hızla gelişecek**
   Müşteriler, bir bankanın tüm ürün ve hizmet yelpazesine dijital asistanlar aracılığıyla uzaktan erişebilmeyi talep edecek. Bankaların dijital işlevselliğin yanı sıra kişiselleştirmeyi artırmak için altyapılarını hızlandırmaları ve ölçeklendirmeleri gerekecek, bu da genellikle çevik ve inovatif fintechlerle kurulan işbirlikleri, birleşme ve satın almalar yoluyla olacak. Bankalar, doğru ürün ve hizmetleri doğru kanallar üzerinden, doğru sıklıkta bireysel müşterilere ulaştırabilmek için veri analitiğinden faydalanmaya devam edecek. Kolaylık isteyen müşterilerin ve müşteri deneyimindeki sürtünmeyi azaltmayı hedefleyen bankaların etkisiyle önümüzdeki dönemde yapay zeka/makine öğrenimine dayalı otomasyon daha da yaygınlaşacak. Bu da dijital müşteri deneyiminin daha da iyileşmesi demek.

3. **Çağrı merkezleri yeniden değerlendirilecek ve farklı amaçlara hizmet edecek**
   Çağrı merkezinin rolü, şubeler gibi, rutin işlem sorgularını ve taleplerini karşılamaktan ziyade danışman niteliğinde olacak. Pandemi sürecinde video konferansların popülaritesinin artmasıyla beslenen yeni tür finansal video danışmanlarına tanık olduk. Bu trendin süreceğini düşünmek yanlış olmaz.
4. **Bankalar, daha fazla KOBİ'yi dijital müşteri haline getirmek için yeni e-ticaret paketleri sunacak**
   Bankalar, COVID-19 öncesi dönemde nakit ağırlıklı çalışan işletmeleri dijital müşteri haline getirmek ve bu işletmelere sundukları ürün ve hizmetleri gözden geçirerek yeniden tasarlamak anlamında büyük fırsat görüyor. E-ticarete alışan yeni müşterilerin büyük çoğunluğu eski alışkanlıklarına dönmeyecek. Bankaların KOBİ müşterilerine sağladığı entegre e-ticaret çözümlerinde büyüme göreceğiz.

5. **Nakit kullanımı kısmen artsa da genel düşüşünü sürdürecek**
   Pandemi sonrası dönemde nakit yükselişe geçse de bu yükseliş muhtemelen sınırlı olacak. Kart ile temassız ödeme seçeneği, pandemi sürecinde nakit para kullanımını oldukça azalttı. Dijital ve kripto para birimleri, hükümet destekli merkez bankası dijital para birimlerinin (CDBC'ler) yakında hayatımızın içine daha da girmesi beklentisiyle birlikte, nakitsiz topluma giden yol iyice açılacak. Nakit paranın, hiçbir zaman yok olmasa da uzun vadede keskin düşüşünü sürdürmesi olası.

[8] https://www.finextra.com/blogposting/19917/digital-banking-and-fintech-trends-in-2021
[9] https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2020/07/new-distribution-channels-reconfiguring-banking-landscape.html
[10] https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/reshaping-retail-banking-for-the-next-normal

Sonuç

Bankacılık müşterileri, artık bulundukları her yerden kapsamlı ve yüksek kalitede bankacılık hizmetlerine erişebilme beklentisi içinde. Müşteri beklentilerindeki değişimin getirdiği yeni rekabet ortamı, ‘geleneksel’ olanı yıkıma zorlarken, bankaların tüm kanallarını ve alışılageldik iş yapış şekillerini gözden geçirmesini gerektiriyor.

Bankalar, büyümeyi sürdürebilmek için insan ve yapay zeka, pürüzsüz deneyim ve yüksek güvenlik, işbirliği ve rekabet gibi pek çok değişken arasındaki optimum dengeyi bulmak zorunda. Bu zorlu görevi gerçekleştirmenin yolu ise, yeni bir perspektifle ‘dijital’ bankacılığı, bankacılığın özü olarak kabul etmekten ve ürün ve hizmet kalitesini sürekli daha iyiye taşımak için fintechlerle güçlü işbirlikleri kurmaktan geçiyor.

Finansın ve finansal ürünlerin kullanımının hayatın akışı içine entegre olması ve hissetmeden kullandığımız finansal servislere doğru bir dönüşüm de kaçınılmaz.

FINTR

Finansal İnovasyon ve Teknoloji Derneği

www.fintr.org