

Akbank Direkt

Bankacılıkta Dijital Dönüşüm

Orkun OĞUZ
Direkt Banacılık GMY

Yaşam tarzımız teknoloji ile yeniden şekilleniyor

25 yaşın altındaki gençlerin **%81**'i akıllı telefonuyla birlikte uyuyor.



Gençlerin **%74**'ü uyanır uyanmaz ilk akıllı telefonunu kontrol ediyor.

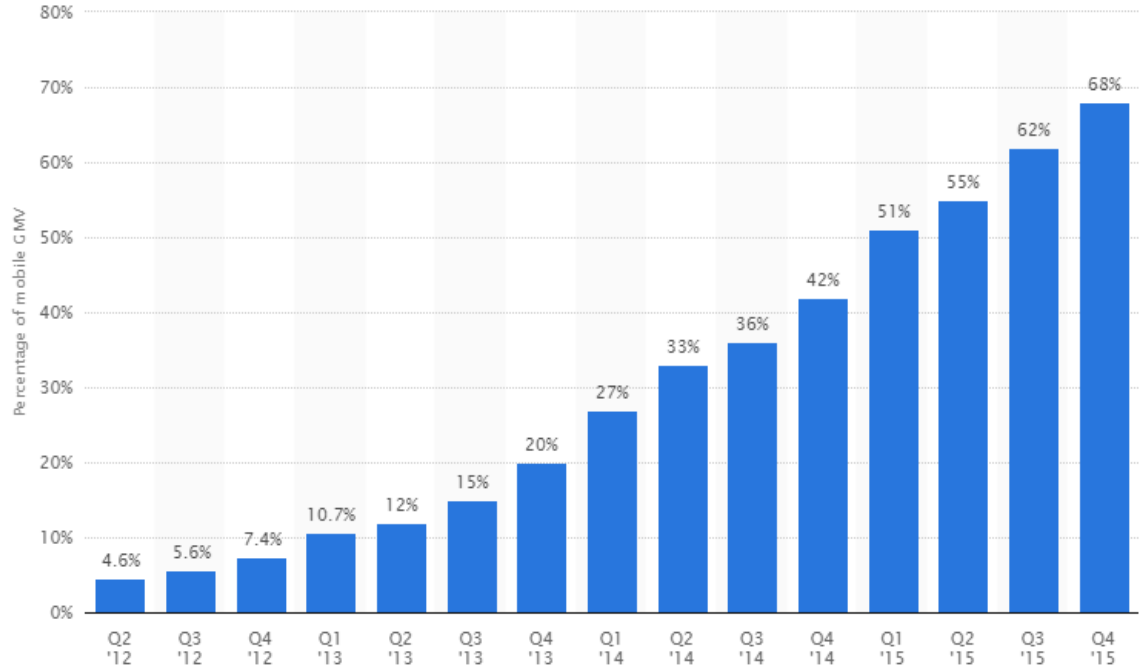


Gençlerin **%97**'si mesajlarını kontrol etmek için tuvalette bile akıllı telefon kullanıyor.



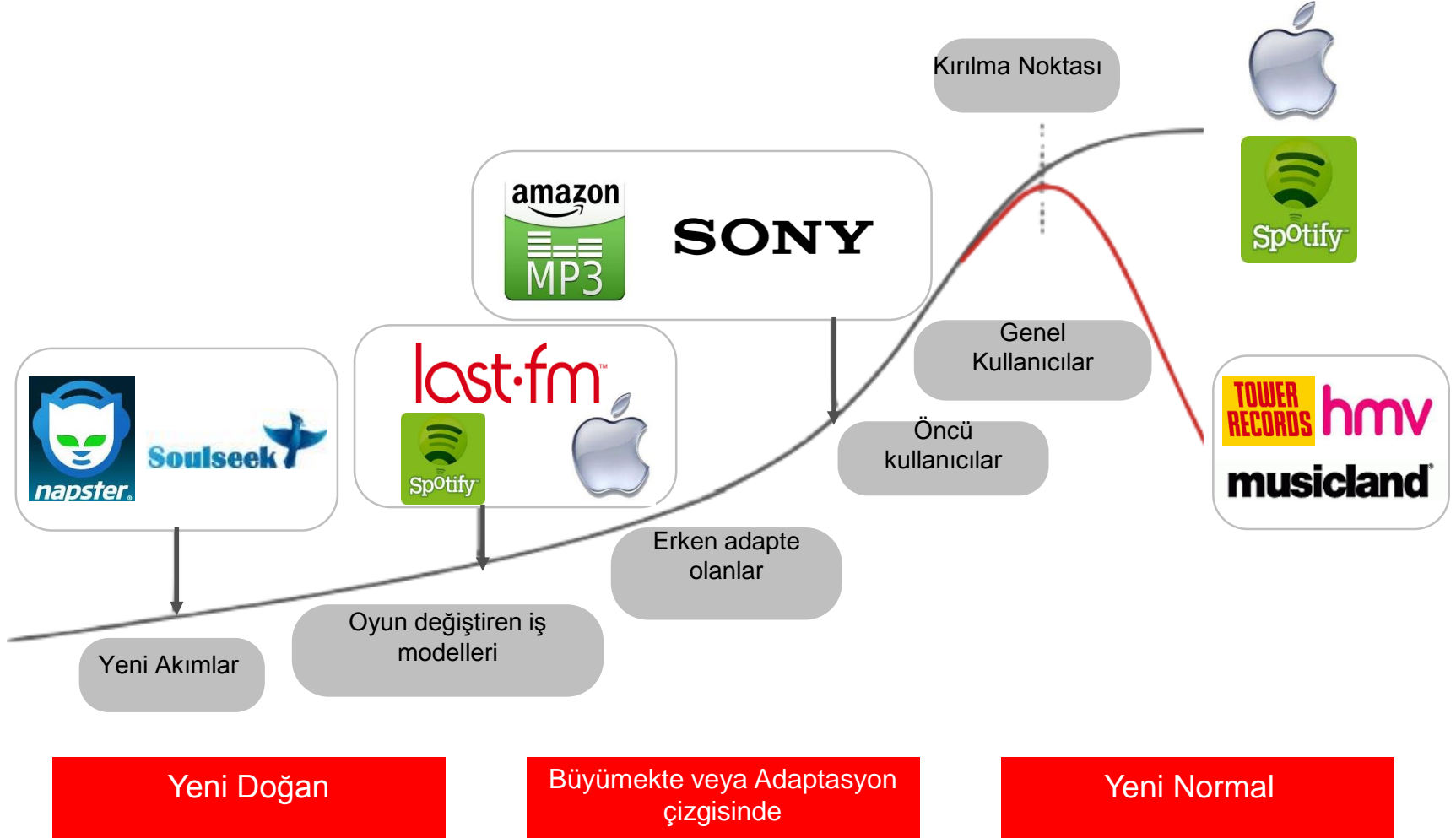
Mobil, iş dünyasını domine etmeye başladı. alibaba.com'un en büyük satış payı mobilden geliyor.

Alibaba'nın mobil GMV büyümesi
(2012-2015)

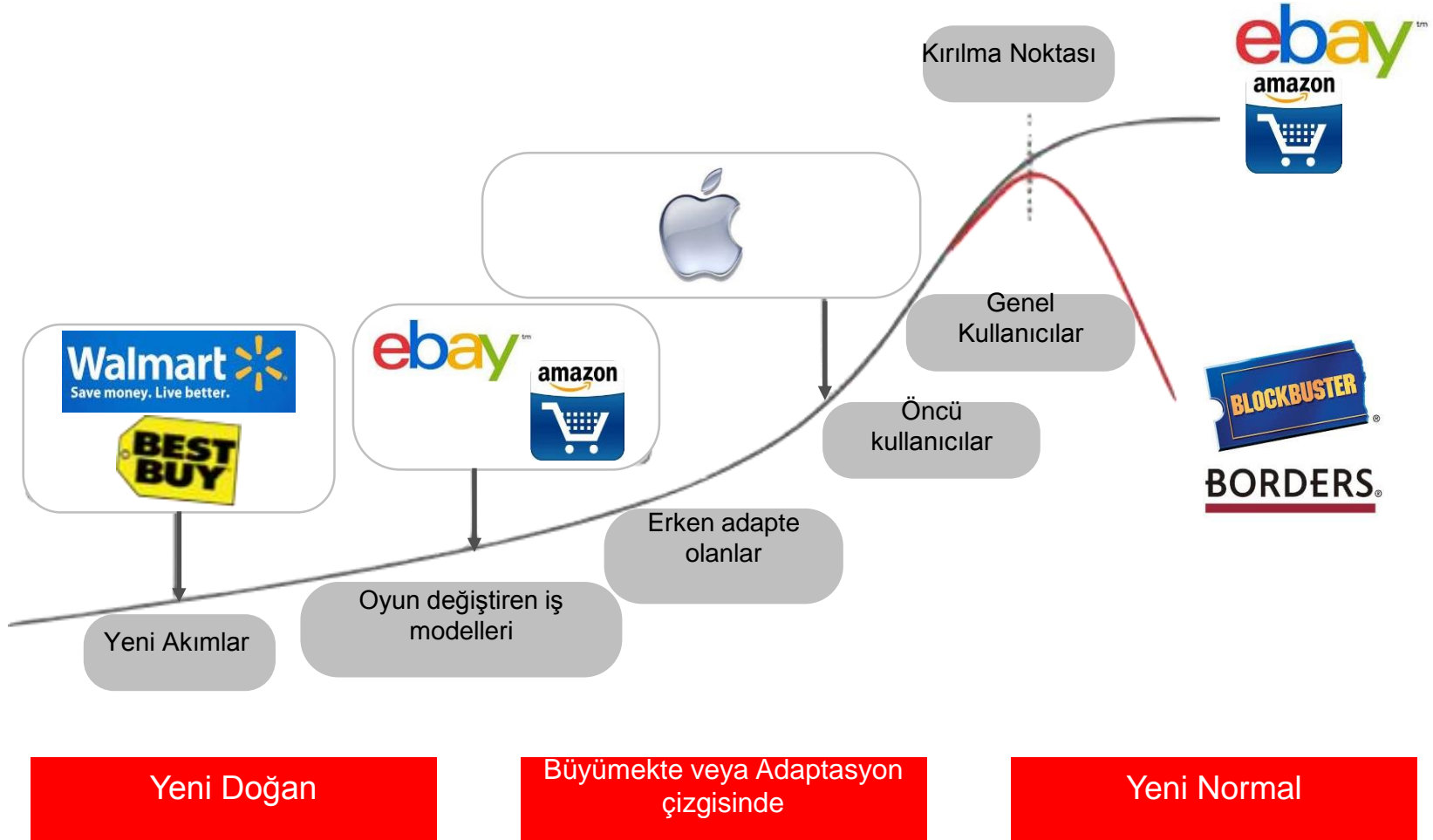


© Statista 2016

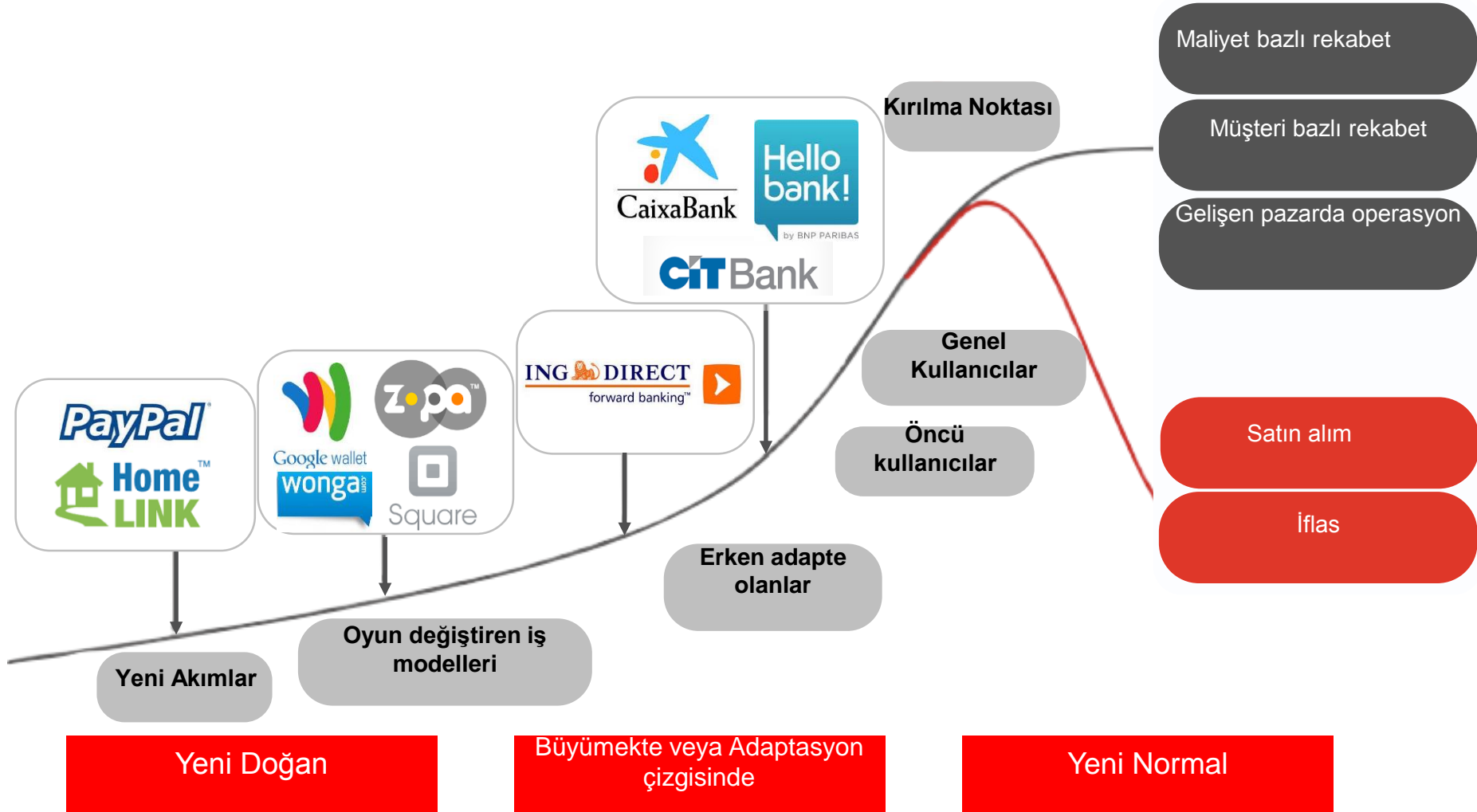
Müzik endüstrisi kırılma noktasını geçti.



Perakende sektörü de...



Soru Őu: Bankacılık sektr kırılma noktasını nasıl geecek?



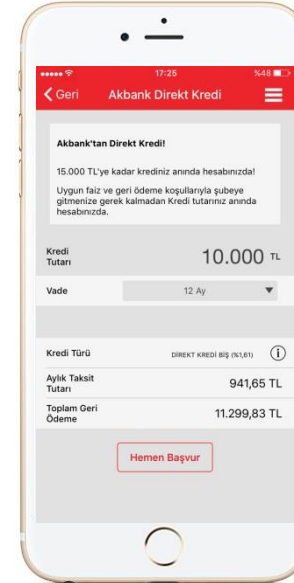
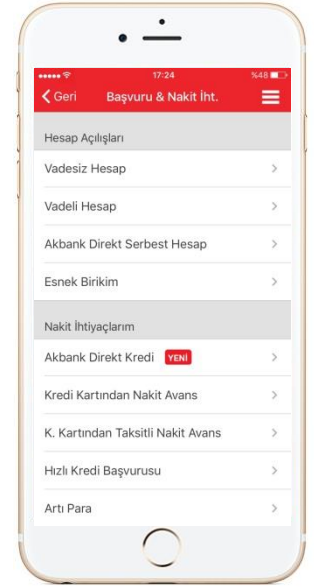
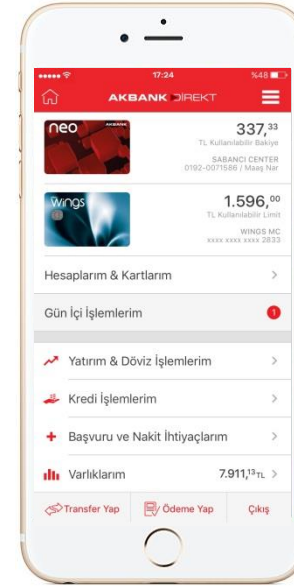
İletişim şekillerimiz değişiyor



Geleneksel ürünler değişiyor



Şubeden Kredi Başvurusu



Direkt Kredi

Hizmet modelleri yeniden şekilleniyor, bankacılıkta da bu etki görülüyor



Benzer şekilde, müşterilerin bankalara bakış açısı ve beklentileri değişiyor

%71'i bankalarıyla duygusal değil, işlem odaklı bir ilişkileri olduğunu, düşünüyor.

%51'i bankalarının proaktif olarak finansal durumlarını iyileştirecek önerilerde bulunmasını bekliyor.

%68'i, 5 yıl içinde paralarını farklı bir şekilde yöneteceklerini, **%33**'ü bankalara ihtiyaç kalmayacağını düşünüyor.

Temel İhtiyaçlar

- Erişebilirlik
- Kolaylık
- İnteraktiflik
- İstikrar
- Transparanlık
- Güven

Eskiden

Tek kanal

Dijitali destek kanalı

Segment bazlı standart yaklaşım

Detaylı periyodik kontrol

Müşterilerle sınırlı

Şimdi

→ Çoklu kanal

→ Sadece dijital kanal odaklı

→ Davranış bazlı kişiselleştirilmiş yaklaşım

→ Anlık hızlı bilgi kontrolü ve işlem

→ Müşteri olmadan kullanım

Diğer taraftan müşterilere ulaşmanın en etkin yolu olan dijital kanalların deneyimi evrim geçiriyor

Smartphone Users and Penetration Worldwide, 2012-2018

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Smartphone users (billions)	1.06	1.40	1.76	2.04	2.29	2.52	2.73
—% change	58.7%	32.3%	25.1%	16.3%	12.2%	10.2%	8.1%
—% of mobile users	25.8%	31.9%	37.8%	41.8%	45.0%	47.7%	49.8%
—% of population	15.2%	19.8%	24.5%	28.2%	31.3%	34.2%	36.5%

Note: CAGR (2012-2018)=17.0%; individuals of any age who own at least one smartphone and use the smartphone(s) at least once per month
Source: eMarketer, June 2014

173599

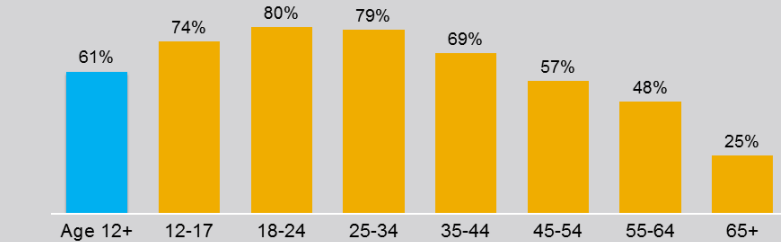
www.eMarketer.com

Daha fazla akıllı telefon / mobil

- ~ Akıllı telefon kullanıcı sayısı son 5 yılda 2 katına çıktı
- ~ 17-34 yaş grubunda akıllı telefon penetrasyonu %80
- ~ 2014 yılında mobil, desktop'u geçti

Smartphone Penetration by Age Demo

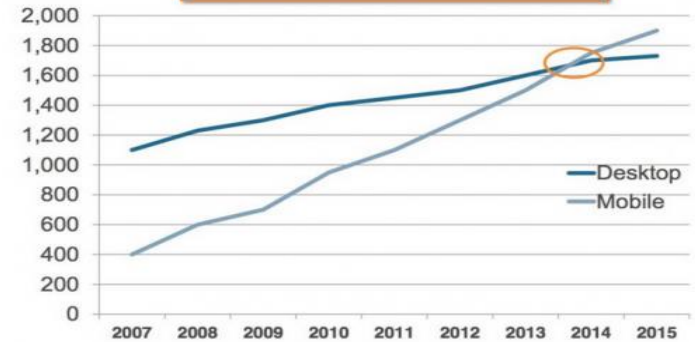
% by Age Group Who Own a Smartphone



edison
research

TRITON
© 2014 Edison Research and Triton Digital

Number of Global Users (Millions)



comSCORE.

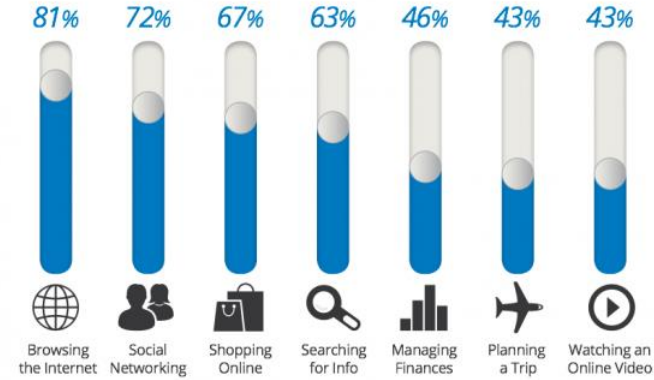
© comScore, Inc. Proprietary and Confidential.

34

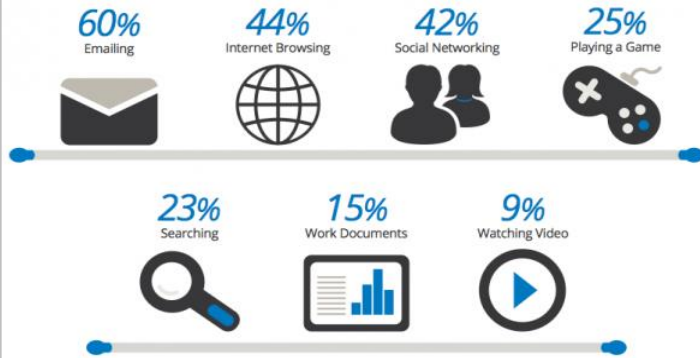
Source: Morgan Stanley Research

Diğer taraftan müşterilere ulaşmanın en etkin yolu olan dijital kanalların deneyimi evrim geçiriyor

Top activities performed when sequentially screening between devices



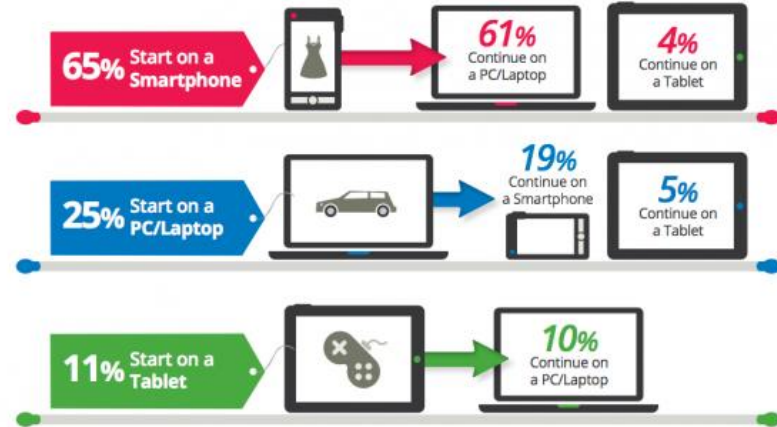
Top activities performed during simultaneous screen usage



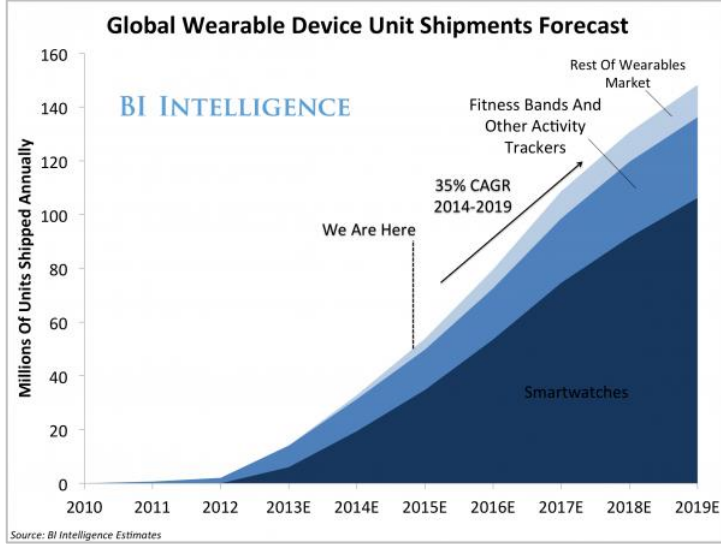
Satın alma / işlem süreçlerinde çoklu ekran kullanımı

- ~ Google ve IPSOS'a göre kullanıcıların %90'ı aynı gün içinde farklı ekranlar arasında «belirli» bir sırada dolaşıyor.
- ~ Bir satın alma / işlem yapma süreci mutlaka birden çok ekran içeriyor

Consumers take a multi-device path to purchase

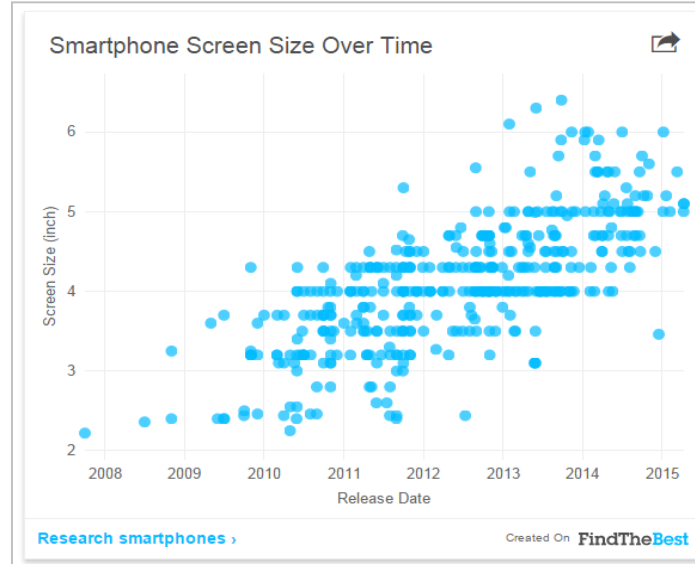
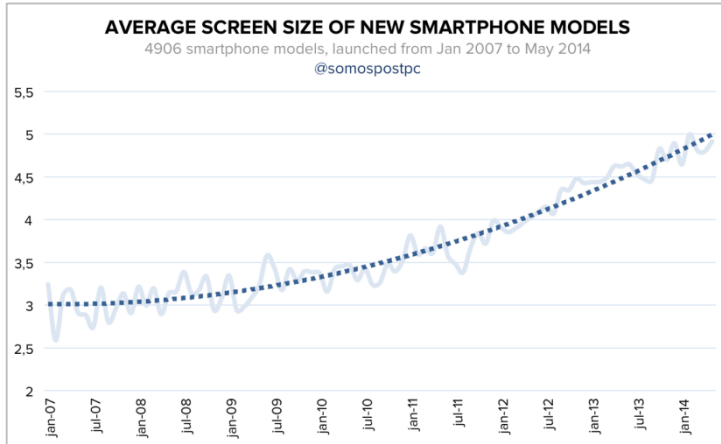


Diğer taraftan müşterilere ulaşmanın en etkin yolu olan dijital kanalların deneyimi evrim geçiriyor

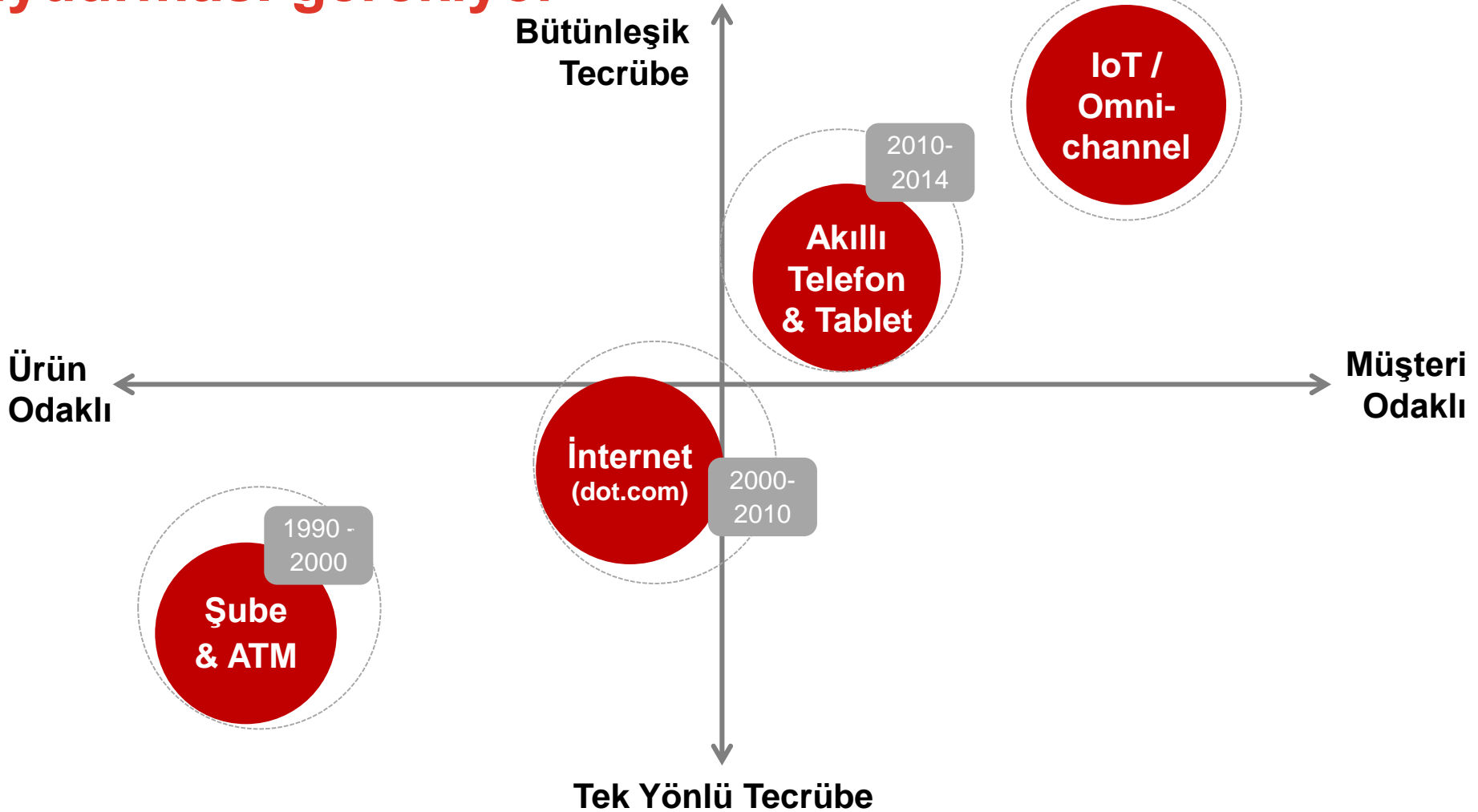


Giyilebilir cihazların dahiliyeti ve büyüyen ekran boyları

- ~ Giyilebilir cihazların yıllık %35 büyüme ile 2019 yılında 148mio hacme ulaşacağı tahmin ediliyor
- ~ Averaaj ekran boyunun 3 inçten 4 inçe çıkması beş yıl, 5 inçe ulaşması sadece iki yıl sürdü

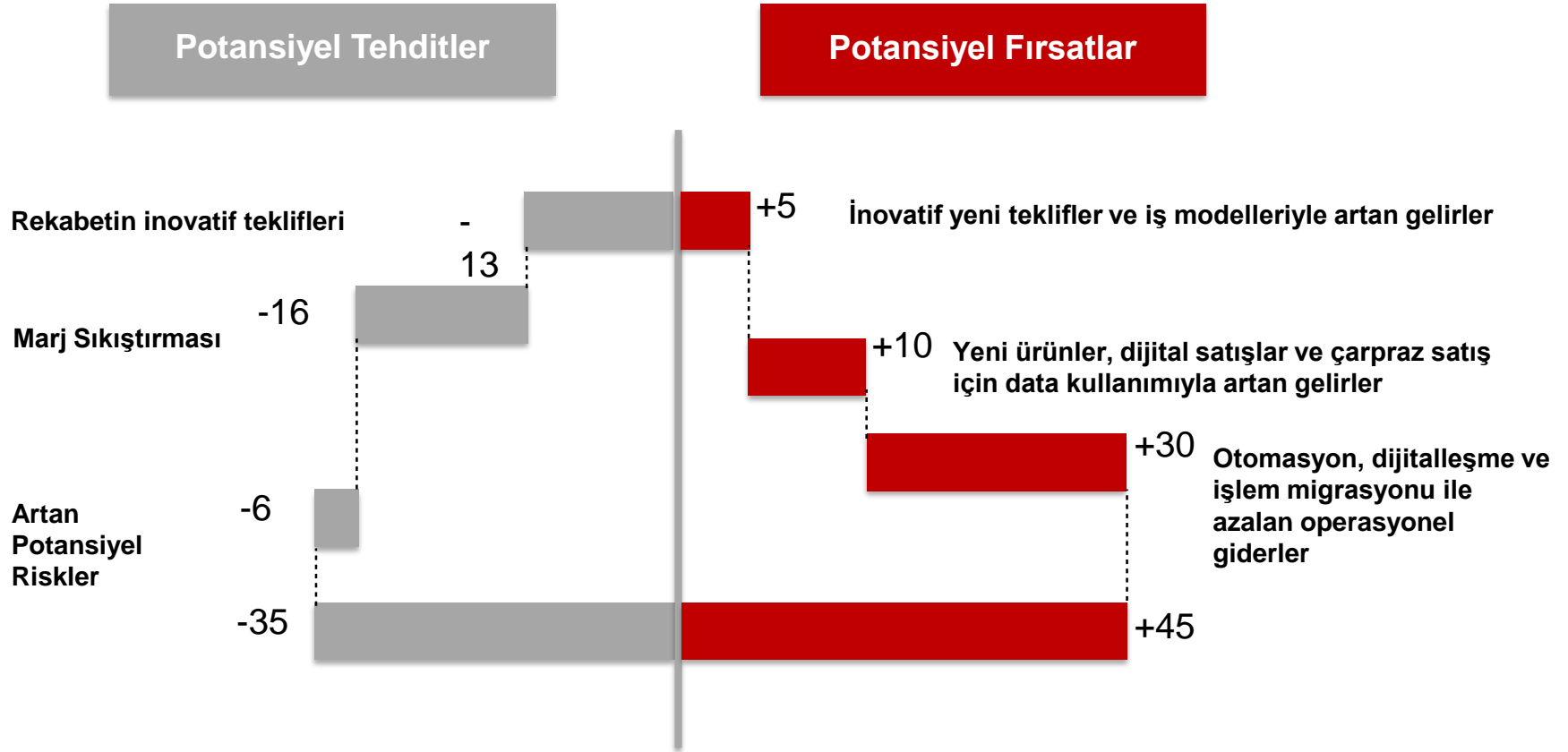


Bankaların da yıllar içinde değişen kanal dinamiklerine yeni ihtiyaç ve beklentileri müşteri odaklı bir şekilde karşılayabilmek için ayak uydurması gerekiyor



İnovasyon, bankacılık sektörüne potansiyel tehdit ve fırsatlar sunuyor

Dijitalin etkisi, perakende bankacılık için net kar %'si



McKinsey Analizi

Bu sürece adapte olurken bizim stratejimiz neydi?

Dijital Ürünler



Mobil-ilk ve Mobil-only



İnsanlaştırılmış Dijital



Fintekler ile işbirlikleri



Dijital Marka ve İletişimi



P&L

Dijital Müşteri
Penetrasyonu



nextgen
AKBANK

İşlem
Migrasyonu

Bankacılık uygulamalarının en temel problemi olan «giriş» adımı çözüldü

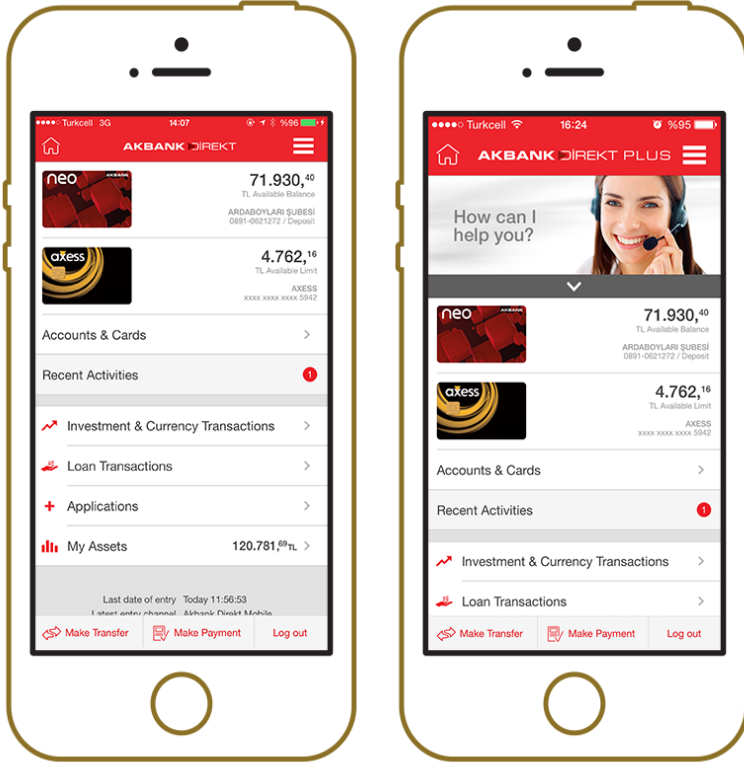
BANKACILIKTA
BİR İLK



Tek Şifre ve Hızlı Giriş

- ~ Uygulama ilk yayına alındığı zaman (2012) müşterilere tek şifre ile (6 haneli numerik) giriş olanağı sağlandı.
- ~ Müşterilerin %87'si tek şifre ile girişi tercih ediyor.
- ~ Giriş süreci **5 saniyenin altında**.

Kişiselleştirilmiş ana sayfa ve modüller ile müşteri için en kritik bilgilere öncelik verilirken kontrol yine müşteriye verildi



Kişiselleştirilmiş
Anasayfa

- ~ Akbank Direkt Mobil'de müşterinin **en sık kullandığı hesap ve kart bilgileri** ana sayfada sunularak hızlı erişim sağlanıyor. Müşteriye **kişiselleştirme** imkanı sağlanıyor.
- ~ Akbank Direkt Internet'te farklı bilgiler sunan ana sayfa modülleri **davranışa göre kişiselleştirilebiliyor**.

Şahıs şirketi sahipleri ve küçük ölçekli işletmeler için bankacılık tecrübesi özelleştirildi

BANKACILIKTA
BİR İLK

Akbank Direkt İşim

- ~ Kişisel ve şirket hesaplarını beraber görüntüleyebilme
- ~ Detaylı nakit akışı fonksiyonu
- ~ Akıllı ajanda (hatırlatmalar, gelecek/geçmiş ödemeler)
- ~ POS işlemleri

The image displays the Akbank Direkt İşim mobile app and website interface. The mobile app shows account balances for 'neo' (442,22 TL) and 'axess' (17.102,62 TL) cards, along with transaction history and a calendar. The website interface shows a detailed view of the 'Nakit Akışı' (Cash Flow) function, including a transaction history table and a calendar for June 2014.

Tarih	Ürün	Adet	Gelen Tutar	Giden Tutar	Net Tutar	Detay
02.06.2014	Toplam	1	0,00 TL	-11,50 TL	-11,50 TL	
	Bireysel Ödemeler	1	0,00 TL	-11,50 TL	-11,50 TL	
16.06.2014	Toplam	1	0,00 TL	-20,18 TL	-20,18 TL	
	Para Transferleri	-1	0,00 TL	-20,18 TL	-20,18 TL	

Akbank ve Volvo iş birliği ile sıra sizde.

[Video](#)

Yüksek değerli müşteriler ve sık kullanıcılar için bankacılık tecrübesi özelleştirildi

BANKACILIKTA
BİR İLK

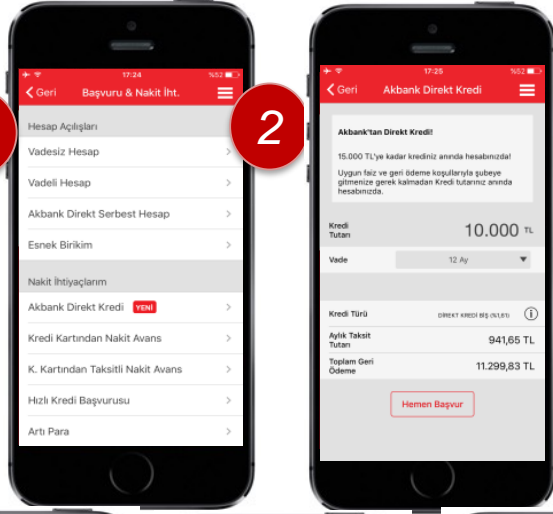
Akbank Direkt Plus

- ~ **Chat** ve **video chat** ile müşteri temsilcilerine anında erişim
- ~ **Akıllı ajanda** (hatırlatmalar, gelecek/geçmiş ödemeler)
- ~ **Ek güvenlik ayarları** (kayıp/çalıntı bildirimleri, işlem limitleri)

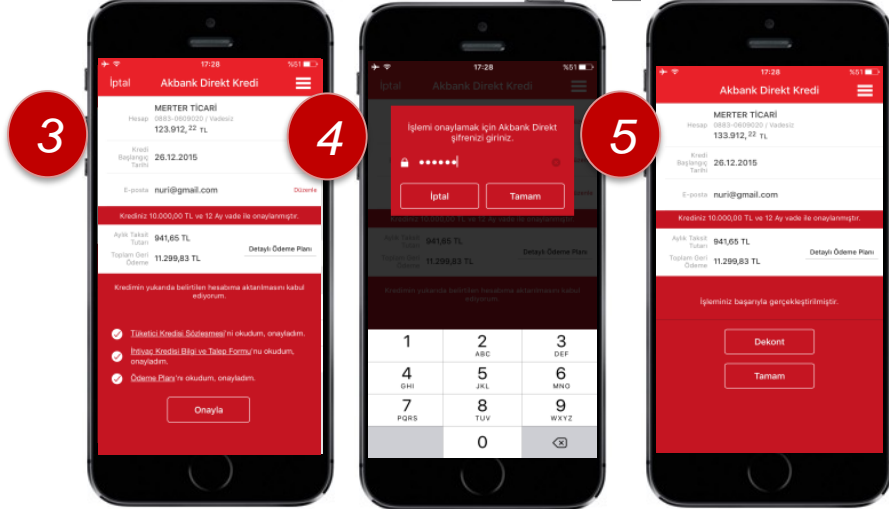
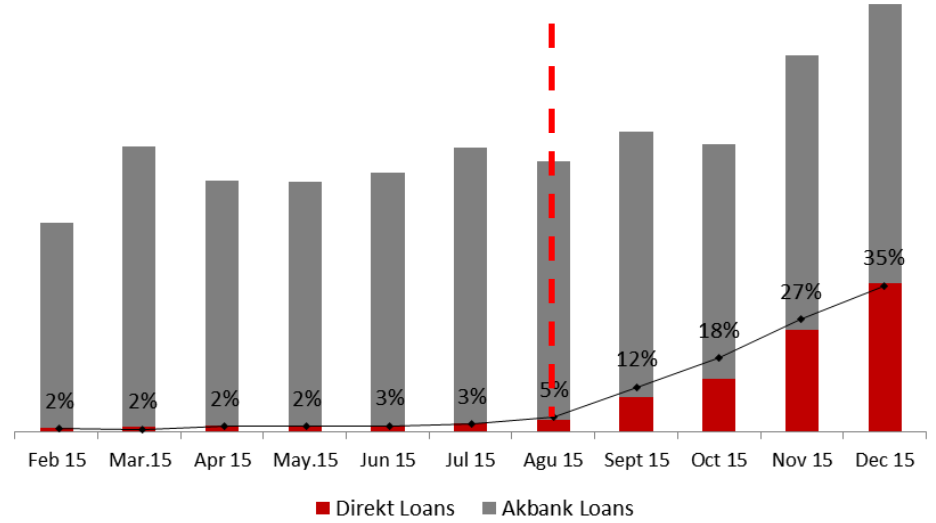


[Video](#)

Direkt bankacılığa özel kredi ürünümüz ile müşterilere erişim rahatlığı sağladık



Direkt Kredi'nin Banka içindeki Payı



Birçok inovatif fonksiyonu ilk defa yaparak ihtiyaç yarattık, müşteri davranışını gözlemledik

BANKACILIKTA
BİR İLK

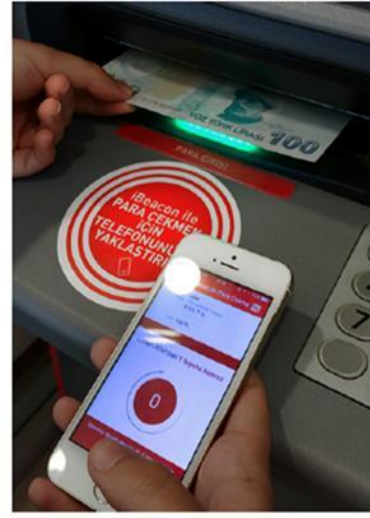
İNUNUZU GÖSTERİN
PARANIZI ÇEKİN

iBeacon teknolojisiyle Akbank ATM'lerinden
para çekmek için, iPhone'unuzu
ATM'ye yaklaştırıp tek bir tuşa basmanız yeterli!



iBeacon ile Para Çekme

~ ATM'lere iBeacon yerleştirilerek birkaç saniyede **karta gerek kalmadan** para çekilmesi sağlandı



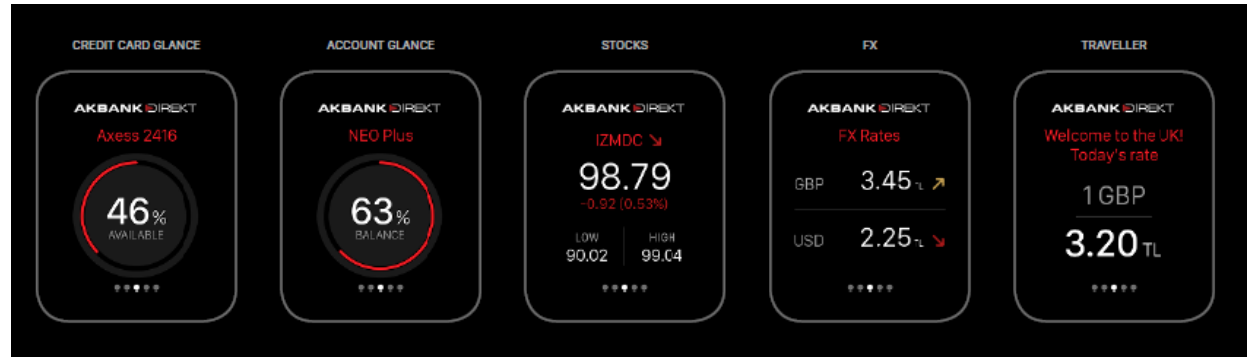
Giyilebilir teknolojiyi bankacılık servisleriyle birleştirdik ve ilk defa saatten para çekilebilen uygulamayı yarattık

BANKACILIKTA
BİR İLK



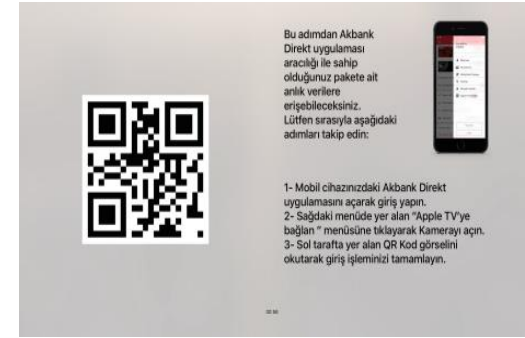
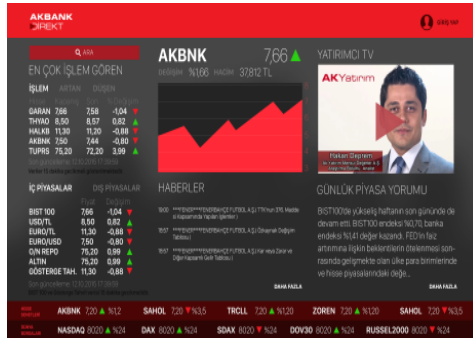
Apple Watch

- ~ En kritik bilgilere anında ulaşım, para çekebileceksiniz:
 - Kredi kartı limit ve işlem görüntüleme
 - Hesap bakiye ve işlem görüntüleme
 - Kart / hesap hareketleri notifikasyonlar
 - **Para çekme**
 - Gezgin ile seyahat edilen ülkenin otomatik kur gösterimi
 - Döviz kurları ve hisse oranları
 - En yakın Akbank şube ve ATM'leri



Türkiye'nin ilk Apple TV uygulamasıyla yatırım hizmetlerini oturma odası konforuna taşıdık

BANKACILIKTA
BİR İLK



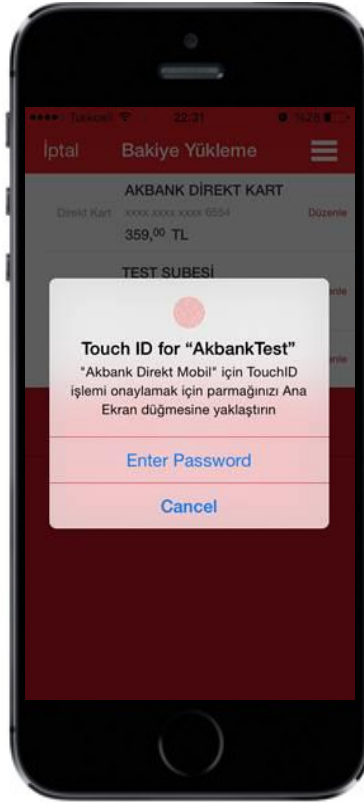
Bugüne kadar en yeni teknolojileri bankacılıkla birleştiren ilk banka olduk

BANKACILIKTA
BİR İLK



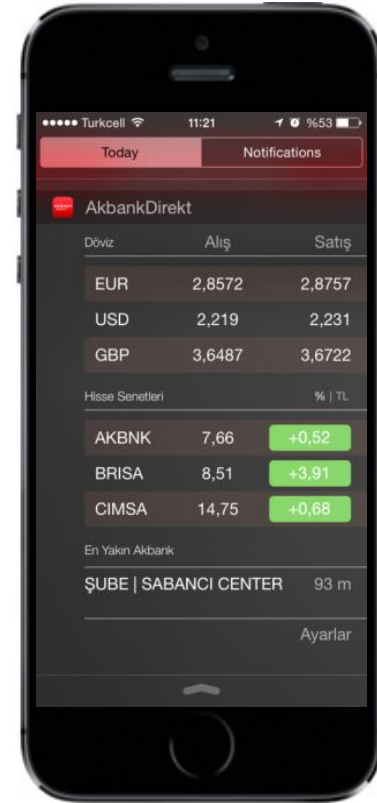
3D Touch

BANKACILIKTA
BİR İLK



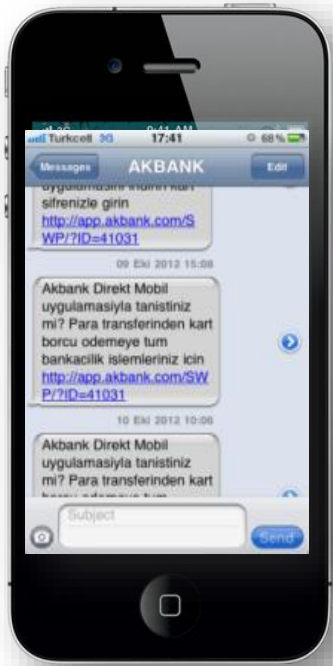
Touch ID

BANKACILIKTA
BİR İLK

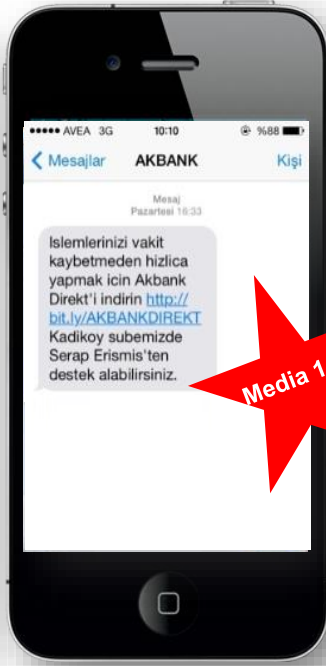


Widget

Mobil uygulamamızı en iyi anlatma yolu mobil pazarlama



Profiled SMS



FemtoCell



Push notification



Service Booster

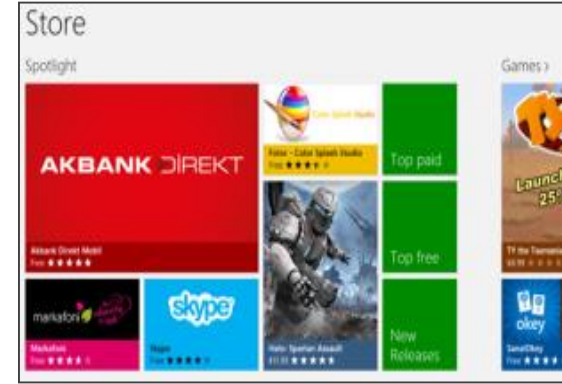
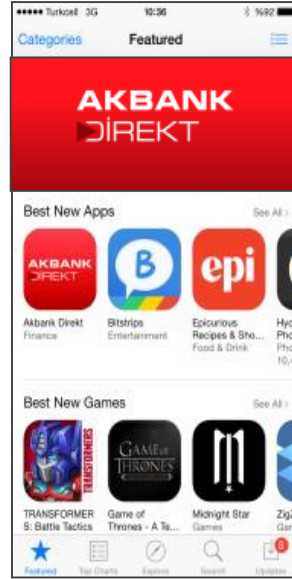


ZIM

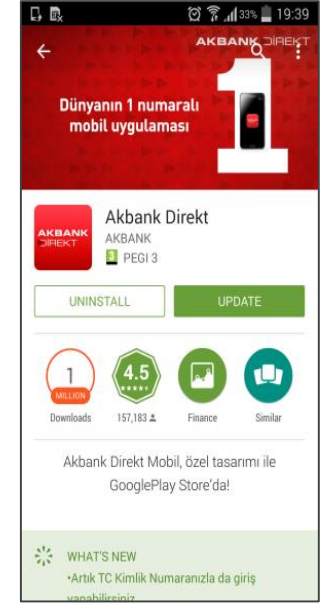
App Store pazarlama ticari pazarlamanın yeni hali



Apple



Windows



Google Play

Performans pazarlamayı 4 aşamada yapıyoruz



Doğru trafik kaynaklarını

Doğru kampanyaları doğru hedef kitleye göstermek için kullanıyoruz.

Bu da landing sayfalarımıza en yüksek şekilde erişilmesine **optimize bütçelerle** ulaşmamızı sağlıyor.

Dijitalde satış kapasitemizi artırdıkça ayırdığımız bütçeyi de artırıyoruz



DYNAMIC TARGETING

Dinamik hedefleme için bir kaç örnek

- Akbank müşterisi/Akbank müşterisi olmayan
- Akbank personeli olmayan
- Ürün sahipliğine göre
 - Akbank kredi Kartı sahibi olan
 - Akbank Direkt Mobil kullanıcısı
- Başvuru durumuna göre
 - Kredi başvurusu yapmış ama henüz kullanmamış
 - Kredi başvurusu rededilen
- Kredibilitesine göre
 - KKB puanı 1,300 üzeri
 - KKB puanı düşük
- Online işlemlerine göre
 - Vadesi hesap açmış
 - Akbank kredi kartı ile online alışveriş yapmış

Dinamik Hedeflemeye yapılacak planlanmış eklemeler

- Müşteri Segmentine göre
- ATM, Şube ve Çağrı Merkezimizden yapılan işlemlere göre
- Akbank POS'larından yapılan işlemlere göre
- Kredi Kartı Hareketlerine göre
- ATM ve Şube ziyaret lokasyonlarına göre

Bugünden sonra da dijital bankacılıkta değişimin öncüsü olmaya devam edeceğiz

Mobil ile Müşteri Kazanımı



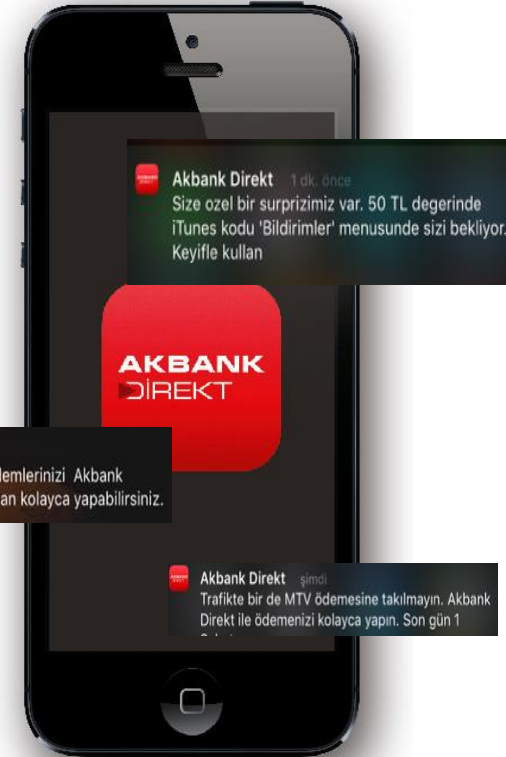
Mobil Ödemeler



Akbank Direkt ile Öde



Akıllı Push



Değişim yolunda genç girişimcilerin fikirlerini önemsiyor ve bu fikirlere yatırım yapıyoruz

AKBANK API Developer Portal

Login | Signup

Home

APIs & Plans

Documentation

Resources

FAQ

BANKACILIKTA
BİR İLK



Learn

Learn how to work with our APIs - read the documentation.

Explore

Dive in and play with our APIs - take them for a test drive.

Sign Up!

Get started building applications - register for an account.

<https://apiportal.akbank.com/>