

Transforming the Way People Bank

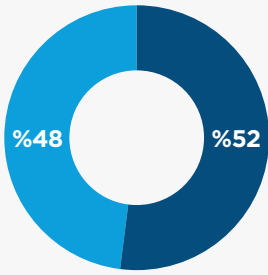
Diebold Nixdorf Bankacılık Müşterilerinin Sesi Oldu
İlk Bölüm - “Müşterilerin Finansal Hizmetler ve Kurum Tercihleri”

Diebold Nixdorf Bankacılık Müşterilerinin Sesi Oldu

NielsenIQ, Diebold Nixdorf için Uluslararası Bireysel Bankacılık Tüketici ve Teknoloji Anketi gerçekleştirdi. Anket, 12.095 Bankacılık müşterisinden oluşan bir hedef kitle ile 11 ülkede yapıldı. Müşteriler, 18 yaş ve üzeri farklı cinsiyet ve yaş grubuna sahip ulusal olarak temsili gruplardan oluşmaktadır.

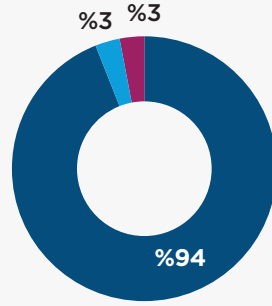
Türkiye, 1009 müşteri ile ankete katılan ülkelerden biridir. Hedef grup, farklı cinsiyet ve yaş grubunun yanı sıra farklı yaşam ortamı, hane halkı büyüklüğü ve aylık gelire sahip bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların %97'sinin banka hesabı bulunmaktadır.

Cinsiyet



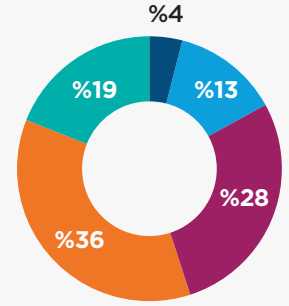
■ Kadın ■ Erkek

Yaşam Ortamı



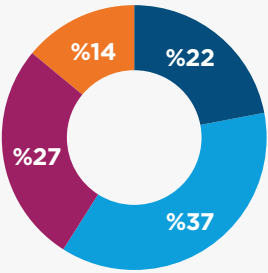
■ Şehir ■ Banliyö ■ Kırsal

Hane Halkı Büyüklüğü



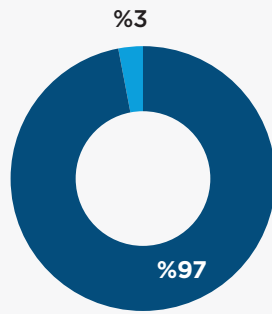
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ >5

Yaş Grubu



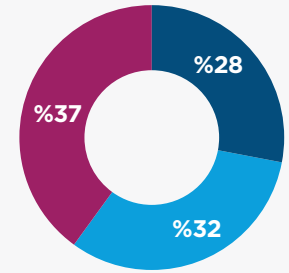
■ 18-25 ■ 26-39 ■ 40-54 ■ 55+

Banka/FI Hesabı Sahipliği



■ Evet ■ Hayır

Aylık net gelir



■ Düşük ■ Orta ■ Yüksek

Yapılan anketin sonuçları üç bölüm halinde ele alınacaktır. İlk bölümde “**Müşterilerin Finansal Hizmetler ve Kurum Tercihleri**” ne dair değerlendirmeleri paylaşılmaktadır.

Müşterilerin Finansal Hizmetler ve Kurum Tercihleri



Kullanıcıların Çoklu Finansal Kurum Tercihi

Yapılan anket sonucu, müşterilerin %56'sı, finansal hizmet alımlarını üç veya daha fazla kurum üzerinden sağladıklarını belirtiyor.

Müşterilerin yalnızca %14'ünün sadece bir kurum ile çalıştığı ve %21'inin ise en az 5 kurum ile çalışmayı tercih ettiği görülüyor.

Çoğu ülkeden farklı olarak, Türkiye'de finansal hizmetler konusunda rekabet, genellikle dijital ödeme sağlayıcıları yerine bankalar arasında yaşıyor.

Müşterilerin **%56'sı**,  finansal hizmet alımlarını üç veya daha fazla kurum üzerinden sağladıklarını belirtiyor.

%14

1 adet Finansal Hizmet Kurumu

%30

Birincil +1 adet Finansal Hizmet Kurumu

%20

Birincil +2 adet

%15

Birincil +3 adet

%21

Birincil +4 veya daha fazla

Finansal Kurum Seçiminde Öncelikler

Tüketicilerden ideal finansal hizmet sağlayıcısına yönelik 3 özellik seçmeleri isteniyor.

İdeal finansal hizmet sağlayıcısının en önemli 3 özelliği "güvenlik, yatırım yönlendirme ve kılavuzluk" olarak belirtiliyor.

Ayrıca birincil finans sağlayıcısının bu rolü yerine getirip getirmediği sorgulandığında, bu üç özellik nezdinde sırasıyla %92, %68 ve %69 oranları elde ediliyor.



Güvenlik

%52

Paramı güvenli şekilde saklar

Yatırım Yönlendirme

%33

Mali durumumu ve bana sunulan çözümleri anlamama yardımcı olur

Kılavuzluk

%32

Finansal konularda zor kararlar almanın yükünü üstlenir, benim çıkarım doğrultusunda hareket eder



Jenerasyonların Bankacılığa Bakış Açıları

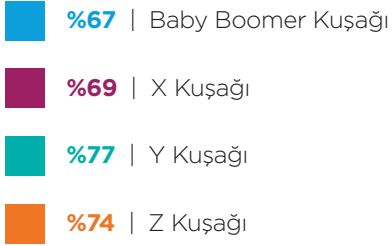
"Pazar Alanı" olarak bankalar, ana finansal hizmet sağlayıcı kurumdan bağımsız olarak piyasadaki en iyi finansal hizmet sağlayan çözümler ile bağ kuruyor. "Pazar Alanı"nı ideal bir finansal sağlayıcısının temel özelliklerinden biri olarak seçen katılımcıların %78'i, en iyi koşulları sağlamak için her zaman ana hizmet sağlayıcılarının tekliflerini diğer kurum teklifleriyle karşılaştırdıklarını belirtiyor. Sadece Z Kuşağı için bu özellik, 5. sırada yer alıyor. En genç müşterileri temsil eden Z Kuşağı için 4.sırada "Pazar Alanı" yerine "seyahat arkadaşı, rehberlik" gibi ilgili özellikler ön plana çıkıyor.

	Baby Boomer Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
1	Güvenlik	Güvenlik	Güvenlik	Güvenlik
2	Kılavuzluk	Kılavuzluk	Yatırım Yönlendirme	Yatırım Yönlendirme
3	Yatırım Yönlendirme	Yatırım Yönlendirme	Kılavuzluk	Kılavuzluk
4	Pazar Alanı	Pazar Alanı	Pazar Alanı	Seyahat Arkadaşı

Kullanıcıların Oyunlaştırılmaya ve Yeni Teknolojilere İlgisi

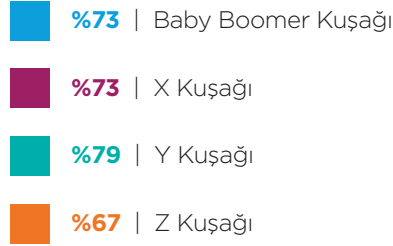
Z Kuşağı için en çok tercih edilen işlev tasarruf hedefinin göz önünde tutulması olarak görülüyor. Bir tasarruf planı oluşturma, tasarruf hedefini izleme ve bir uygulama aracılığıyla ek tasarruf potansiyeli önerme gibi özellikler ön plana çıkıyor. Y kuşağı, bankacılık için sesli asistanlara büyük ilgi gösteriyor ve bir sesli asistanla (Siri, Alexa gibi) konuşarak işlemi başlatmaya ilgi duyuyor.

Tüm kuşaklar, %67 üzerinde bir oranla, harcama yardımı kapsamında uygulama üzerinden en iyi satın alım tercihlerine erişim, fonların maksimize edilmesi ve ücretler ile faizlerin minimize edilmesini talep ediyor.



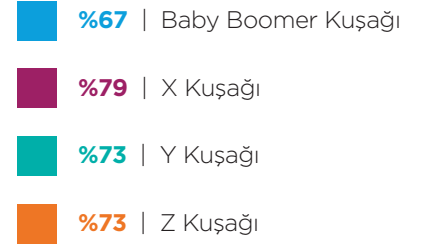
Tasarruf hedefini göz önünde tutma:

- Tasarruf planı oluşturma
- Uygulama üzerinden tasarruf hedefine olan uzaklık takibi
- Uygulama üzerinden ek tasarruf potansiyeli önerilmesi



Harcama Yardımı:

- Bankacılık uygulaması veya cüzdan uygulaması üzerinden, en iyi satın alma tercihleri
- Fonların maksimize edilmesi, ücretler/ faizlerin minimize edilmesi



Bankacılık için sesli asistanlar:

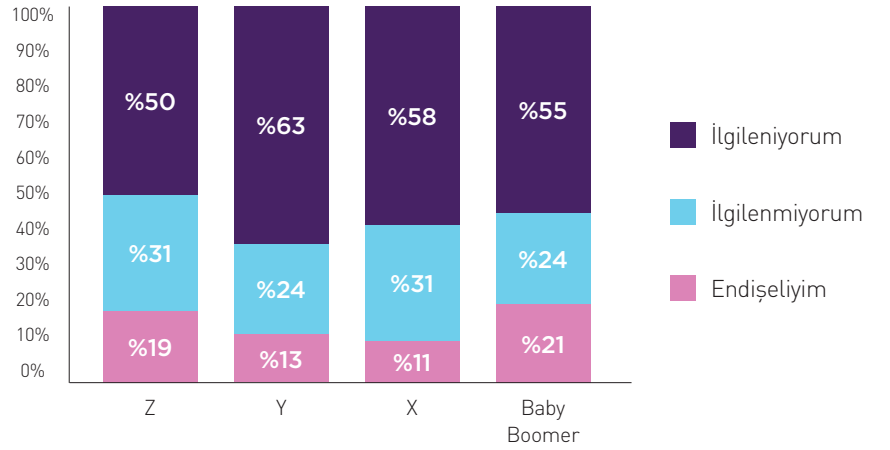
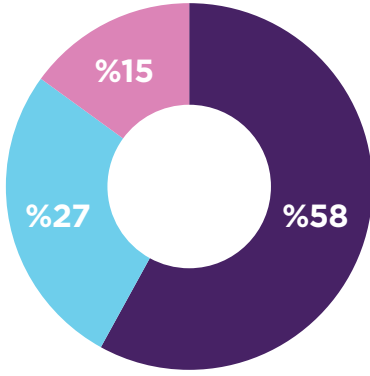
- Bir ses asistanıyla konuşarak işlemin başlatılması (Apple Siri, Amazon Alexa gibi)
- Asistanın, işlem turu ve işlem ayrıntılarını yakalayarak işlemi başlatması

Türkiye’de Tüketiciler Teknoloji Devlerinden Gelecek Finansal Tekliflere Açık

Finansal hizmetler için Teknoloji Devleri’ne olan ilginin 11 ülke arasında Mısır ve Endonezya’nın ardından en yüksek 3. sırada Türkiye’de olduğu görülüyor. Katılımcıların %58’i Amazon, Apple, Facebook, Google veya Alibaba gibi teknoloji şirketleri tarafından sunulan finansal hizmetlerle ilgilendiğini, %27’si ilgilenmediğini ve %15’i de endişeli olduğunu belirtiyor.

Özellikle Y kuşağının, finansal hizmetlerin Teknoloji Devleri’nin sunacağı bankacılık seçeneklerine son derece açık olduğu görülüyor. Öte yandan, Baby Boomer Kuşağı %21 oran ile bu konuda en fazla endişe duyan jenerasyon olarak karşımıza çıkıyor.

Amazon, Apple, Facebook, Google veya Alibaba gibi finansal hizmetler sunan BT şirketlerini nasıl karşılıyorsunuz?



Yuvarlama nedeniyle yüzdeler 100% değerini vermeyebilir



Bunların yanı sıra, Teknoloji Devleri'nin finansal hizmetleriyle ilgilenenlerin en önemli nedenleri arasında, sorunsuz mobil entegrasyon ve geleneksel bankalardan daha iyi oranlar beklentileri yer alıyor. Ayrıca, ilgi duyanların %20'si bu firmaları Banka'lar kadar veya daha güvenilir olarak görüyor.

En önemli beklentiler

%44	Hizmetler, mobil cihazlarım ile kolay ve sorunsuz şekilde bütünleşecek	
%43	Geleneksel bankalardan daha iyi oranlar sunulabilir	
%34	Daha iyi hizmetler oluşturmaları için geleneksel bankaları zorlama	
%30	Onlardan kullandığım diğer hizmetleri tamamlayacak	
%28	Stratejileri, beni en iyi finansal ürünlere bağlayan bir platform sunmak	
%24	Hizmetleri finansal katılımı yönlendirecek	
%22	Daha kişiselleştirilmiş hizmetler oluşturmak için bilgilerini kullanacaklar	
%20	Geleneksel bankalar kadar/daha güvenilirdirler	

Teknoloji Devleri ile bankacılık işlemleri konusunda endişe duyan katılımcıların ise en büyük çekincesi %73 oran ile veri koruma/ gizlilik endişelerinden oluşuyor. Bu katılımcıların %37'sinin ise, rekabetçi seçenekleri azaltarak ve pazar gücünü artırarak fiyatların dikte edilmesine neden olacağına yönelik şüpheleri var.

En büyük endişeler

%73	Veri koruması / Gizlilik endişeleri	
%37	Artan Pazar gücü: Fiyatların dikte edilmesi ve rekabetçi seçeneklerin azalması	
%29	Bankacılık teknolojiyi değil insanı merkeze almalı	
%24	Banka hizmetleri üzerinde olumsuz etki: Şube kapanışlarının artması, kişisel hizmetlerin azalması	



[DieboldNixdorf.com](https://www.DieboldNixdorf.com)