

## LİDERLERİN DİJİTAL DÜNYASI

### BÖLÜM 4: HAKAN ATEŞ – DENİZBANK CEO'su



IAB Türkiye olarak, internetin tüketicinin gündelik hayatında, markaların stratejik planlarında yarattığı dönüşümü irdelemek ve liderlerin dijital bakış açısını anlamak için hazırladığımız röportaj serisinin dördüncü röportajını, Denizbank'ın CEO'su Hakan Ateş ile gerçekleştirdik. Türkiye'de dijital reklamcılığın geleceğine ışık tutacağını ümit ettiğimiz ve Yeni Trendler Yürütme Kurulumuzun çalışmalarıyla hazırlanan bu diziyi keyifle takip etmeniz dileğiyle...

**IAB Türkiye: İnterneti ve dijital platformları ne zaman kullanmaya başladınız? Şirketiniz ve sizin için bu süreçte nasıl bir gelişme oldu, yaşamınızda neler değişti? Mesela çocuklarınızla iletişim metotlarınız değişti mi? Onlara whatsapp'tan ve Facebook'tan erişiyor musunuz?**

**H.Ateş:** DenizBank olarak her zaman dijitalde yeni teknolojilerin paralelinde adım atma vizyonuyla ilerliyoruz. Endüstri 4.0 devrine girişimiz ile birlikte uzun zamandır internet ve sosyal medya trendlerinin epey etkisi altındayız. Bu nedenle vizyonumuzu gerçeğe dönüştürmek üzere Türkiye'de ilk adımı atan banka olduk ve ilk Chief Digital Officer atamasını gerçekleştirdik. İnternet ve mobil bankacılık ürünleri, dijital cüzdan uygulamamız fastPay ve dünyadaki ilk Facebook bankacılığı ürünleri gibi inovatif ürünlerimizle somut başarılar elde ettik. Bundan 4 sene sonrasında baktığımızda bu başarılarımızın yeni nesil teknolojilerle entegre ürünler geliştirmemiz sayesinde katlanarak arttığını görüyoruz. Mobil teknolojilerin olanak sağladığı sonsuz fırsatlar tüm dünyayı ve dolayısıyla bankacılığı sadece birkaç yıl öncesinden çok farklı bir noktaya getiriyor. Örnek olarak şu an yürüttüğümüz Nesnelerin İnterneti projeleri ile bankacılık kanallarının birbirleri ile konuşmasından



bahsediyoruz. ATM'lerimiz ile mobil uygulamalarımız birbiri ile konuşuyor, sensörler ile akıllanan nesnelere sayesinde müşterilerimizin kendilerine ve buldukları yerlere özel fırsatlar sunabiliyoruz.

Bu gibi örneklerimiz ile finans teknolojilerinin ne yönde ilerlediğini takip edebilirsiniz. Dijital dönüşüme bir bütün olarak baktığımızda ise bu gelişmeler kurumlarda iş modellerini ve müşteri ilişkilerini değiştirirken, özel yaşamda da tüm alışkanlıkları etkiliyor ve iletişim şekillerini değiştiriyor. Günün sonunda ben de birçok baba gibi çocuklarımı merak ettiğimde eskisi gibi yalın bir telefon görüşmesi gerçekleştirmekten ziyade WhatsApp'tan mesaj atıyorum, sesli mesaj bırakıyorum veya güzel bir anı paylaşmak için fotoğraf gönderiyorum. WhatsApp üzerinden ailemizin tüm bireylerimizin ne zaman, nerede, ne yaptığını takip edebiliyoruz. Hatta bankamızın Üst Kurul'unun olduğu bir WhatsApp grubumuz da var. Yine Facebook üzerinden ailem ve arkadaşlarımla paylaşımlarını takip edip iletişim kuruyorum. Bunlar artık herkes için günlük iletişimin en temel kanalları. Gençler sürekli yeni nesil uygulamalar üzerinden sosyalleşmeye devam ediyor, ben hepsini kullanmasam bile dünyada geniş kitleler tarafından kullanılan Twitter, Instagram, Snapchat gibi sosyal mecraları takip ediyor ve müşterilerin en son teknoloji kullanımlarını her zaman yakından gözlemliyorum.

### **IAB Türkiye: Kendinizi ve şirketinizi dijital alandaki gelişmelere göre nasıl hazırladınız? Neler yapmayı planlıyorsunuz?**

**H.Ateş:** Her yaşayan canlı gibi şirketler de nefes alan yapılar ve nefes alan her canlı gibi öğrenir, deneyimler ve adapte olurlar. Dijital bir nefes almak için 2012'de attığımız ilk adım, günümüzde gururunu yaşadığımız inovasyon önderliğine uzanan yolun en önemli hamlesi niteliğinde. 2012'den bu yana edindiğimiz başarıların tek bir sırrı var, o da her zaman inovasyonda öncü olmak. DenizBank olarak her zaman inovasyona ve yeniliklerin olumlu getirilerine odaklanan bir yapıya sahip olduk. 2014'te BAI'den Dünyanın En İnovatif Bankası, 2015'te EFMA'dan Küresel Çapta İnovasyona Liderlik Eden Kurum ve bu yıl Celent'ten aldığımız Dijital Dönüşümde Model Banka ödülleri bu motivasyon ile sahip olduk. İnovasyonun bütün çalışanlar tarafından sahiplenildiği bir yapı için bu ödüllere sahip olmak ve verdiğimiz emeğin saygın otoriteler tarafından takdir edildiğini görmek gerçekten gurur verici. Bu sene en son aldığımız Model Banka ödülünü Nesnelere İnterneti Projelerimiz ile aldık. Dünya çağında büyük ses getiren bu projemiz, bluetooth teknolojisi sayesinde beacon cihazlar üzerinden müşterilerimiz ile iletişim kurmanızı ve müşterilerimize eşsiz ve mükemmel bir müşteri deneyimi yaşatmamızı sağladı. Bu gibi hizmetlerimizi genişletmek için Nesnelere İnterneti, Değerlerin İnterneti ve 'disruptive' teknolojileri yakından takip etmekteyiz. Dijital ekosistemimizde sadece meşaleyi elden bırakmamak için değil, teknoloji tabanlı finans çözümlerimizle daha iyi bir dünya kurmak için mücadele ediyoruz.

### **IAB Türkiye: Yıllık bütçenizin ne kadarını online'a ayırıyorsunuz? Dijital medya planlama bütçeniz her yıl artan bir ivmeyle mi büyüyor?**

**H.Ateş:** Dijital dönüşüm çağında online kanallar üzerinde yatırım yapılması, firmaların dijital ne kadar inandığı ile doğru orantılı. Finans ekosisteminde DenizBank olarak dijital bankacılığın lideri rolünde yer alıyoruz. Bu nedenle hem mevcut dijital ürün ve kanalların geliştirilmesi hem de yeni teknolojilerin geliştirilmesi olarak farklı ölçeklerde yatırımlarımız söz konusu. Bankacılık ürünlerinin gün geçtikçe dijital kanallara taşınması ve dijital üzerinden sunulan hizmet yelpazesinin genişlemesi, dijitalle ayrılan bütçenin her geçen yıl daha da artması anlamına geliyor. İlave olarak, dijital pazarlama ve reklam faaliyetlerimiz ürün lansman dönemlerine bağlı olarak inişli çıkışlı bir grafiğe sahip oluyor. DenizBank olarak her sene bireyselden KOBİ'ye, yatırım bankacılığından şube hizmetlerine kadar birçok alanda yeni



inovatif ürünlerimizi piyasaya sürdüğümüzden, amacımız her zaman doğru müşteri kitlemize bu ürünlerimizi doğru şekilde anlatabilmek.

Bu nedenle optimum bütçeyle en yüksek dönüşümü elde etmek için dijital medya planlarımızı her senenin başında uzman ekiplerle birlikte oluşturuyoruz. DenizBank stratejileri ve pazar dinamikleri doğrultusunda pazarlama faaliyetlerimizin bütçesi her sene değişkenlik gösteriyor.

### **IAB Türkiye: İnternetin dönüşümünü bizzat siz nasıl takip ettiniz ve yaşadınız? Jenerasyon değişimine yorumunuz nedir? Sosyolojik boyutu var mı sizce Türkiye için?**

**H.Ateş:** Dünyanın web 2.0 akımına girmesi ile birlikte mobil ağ teknolojisi, sosyal teknolojiler, veri analitiği, sınırsız ağ iletişimi ve gibi yükselişte olan 4 temel teknoloji olgunluk dönemlerine erişti. Mobil ağ teknolojisi ile her an, her yerden, yerimizden kalkmadan istediğimiz hizmete ulaşmamız bir rüya olmaktan çıktı. Mobil teknoloji sadece bununla kalmayıp dünyayı dönüştürücü olayları da başlattı. Mobil internetin yaygınlaşması ve kablosuz iletişimin mümkün olması dünyanın her yerinden herkesin birbiri ile iletişime geçebilip 'sosyalleşmeye' başlamasını sağladı. Sadece yakınlarımızdaki ve çevremizdeki insanlara sınırlı olan iletişimin boyutu artık değişerek küresel iletişimin yolunu açtı. Dünyanın öbür ucundaki kişilerin çektiği fotoğrafları veya ürettikleri içerikleri anında görebilmeye başladık. Günümüzde önemli bir zaman ayırdığımız sosyal medyanın bugünkü yadsınamaz gücü yine mobil teknolojiye bağlıdır. Sosyal medyanın dönüştürücü etkisi yine mobil teknolojiler ile hız kazanmıştır. Sosyalleşen tüketicilerin ne zaman, nerede, ne yaptığı ve nelerden hoşlandığı bilgisi artık şirketlerin bilebileceği çok değerli bir bilgi seti haline gelmiştir. Tüm bu gelişmelerin birleşimi ve bu teknolojilerin olgunluk dönemlerine erişmesi jenerasyonları değiştirmiş, insanların sosyal ilişkilerinde, iletişim yöntemlerinde ve tercihlerinde köklü değişimler meydana getirmiştir. Bu değişim sadece Türkiye'de değil bütün dünyada çarpıcı bir boyutta gerçekleşti. İnternet sadece bilgi değil tüm ihtiyaçlar için temel kanal oldu, internet üzerinden başlayan ve internet üzerinden yürüyen ilişkilerden tutun, internet üzerinden başlayıp devam eden iş modelleri oldukça yaygın. Dolayısıyla ben internetin insanlığın en önemli buluşları arasında olduğunu düşünüyorum. Bana göre tıpkı ateşin ve antibiyotiğin keşfedilmesi gibi internetin keşfedilmesi de insanlığı kökten değiştirecek gelişmelerin başlangıcıdır.

### **IAB Türkiye: İnteraktif medya ve bileşenleri ile ilgili bir sonraki adımınız nedir?**

**H.Ateş:** Geçtiğimiz sene sonunda dijitalde yeni nesil sosyal bankacılık ürünümüz olan Yihu'yu lanse ettik. Bu nedenle dijital bankacılıkta sosyal medya kullanımının en güzel örneği olarak "Yihu"yu gösterebiliriz. Yihu ile kendi içindeki chat özelliği sayesinde arkadaşlarınızla konuşurken para gönderebildiğiniz, tüm sosyal medya hesaplarınızı tek bir ekrandan yönetebildiğiniz ve bankacılık işlemlerinizi Z jenerasyonun en pratik şekilde gerçekleştirebilmesi için tasarlanmış çok özel bir uygulama. İnteraktif medyanın gücüne hepimiz tanıklık ediyoruz, bu nedenle ürün ve kanallarımıza bu bileşenleri eklemek bizim öncelik verdiğimiz konulardan.



## **IAB Türkiye: Dijitalde hayatınızı kolaylaştıracak hangi uygulamaları kullanıyorsunuz?**

**H.Ateş:** Sosyal medya ve mesajlaşma için konuşacak olursam, WhatsApp ve Facebook diyebilirim. Ama hayatımı kolaylaştıran, işlemlerimi bankacılık masraflarından arındıran, her an her yerden ulaşabildiğim, bana sürekli fırsatlar sunan, ve hatta öğle arasında kahve ısmarlayan bir uygulama var.

Tüm bunları yapan uygulama bizim akıllı dijital cüzdan uygulamamız: “fastPay”. Tüm kredi kartlarımı ekleyebildiğim, dilediğim zaman dilediğim yerden istediğim arkadaşımaya ücretsiz para gönderebildiğim, bulunduğum yere özel bana sunulan fırsatların keyfini çıkardığım fastPay, hiç kuşkusuz son yıllarda en çok kullandığım uygulama. fastPay’in yanısıra fiziki cüzdanımı artık taşımamam gerek bırakmayan inovatif Deniz Kabuğu uygulamamız ise diğer bir favorim. DenizKabuğu’nda kartvizitlerimin tamamını, kimliğimi, ehliyetimi ve diğer tüm önemli belgelerimi güvenli bir şekilde saklayabiliyorum. Teknolojisi ve benzersiz özellikleri ile ben bu uygulamalarımızı ben kendi çağının ötesinde ürünler yani “geleceğin ürünleri” olarak adlandırıyorum.

Kendi ürünlerimizin yanısıra sevdiğim müzikleri Spotify’dan dinlemeyi tercih ediyorum. Trafikte ise Yandex Navigasyon kullanıyorum. Bunların yanısıra Flight Radar, e-gazeteler, Fitbit ve iwatch uygulamaları ile dropbox mobil uygulaması günlük yaşamda en çok kullandığım uygulamalardan bazıları.

## **IAB Türkiye: Sosyal medyada hangi platformlarda hesaplarınız var ve hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?**

**H.Ateş:** Dijital dünyanın öncüsü DenizBank olarak sosyal medya kullanımımız ürün, hizmet ve kampanyalar hakkında bilgi vermenin yanında, müşterilerimizle daha iyi iletişim kurmak ve hayatımızın her anına yerleşen bu platformlar aracılığıyla yeni ürünler geliştirerek müşterilerimize kullanım kolaylığı sağlamak. Sosyal medya algısı dünyada yeni gelişirken “Facebook Bankacılığı” ve “Twitter Kredi” gibi ürünlerimizle dünyada ve ülkemizde ilklerimize imza atmıştık. Sonrasında bu ürünlerimizi zamanın gereksinimlerine göre yeniden şekillendirip sosyal bankacılık ürünlerimizi Yihu uygulamamız içine yerleştirdik. Bunların haricinde 24 adet sosyal medya hesabımız mevcut ve bunları temel sosyal medya kanalları olan Facebook, Twitter, Instagram ve LinkedIn üzerinden yönetiyoruz.

## **IAB Türkiye: Şirketinizin reputasyonunu geliştirmek için online’ı kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız nasıl kullanıyorsunuz?**

**H.Ateş:** DenizBank olarak kurulduğumuz günden beri elde ettiğimiz somut başarılar bugün bizim Türkiye’nin en saygın, güvenilir ve müşterilerimiz tarafından sevilen bir banka olmamızı sağladı. Bu nedenle müşterilerimizin gözünde yarattığımız algıyı reklamlarımızdan daha çok sunduğumuz ürün ve hizmet kalitemizle elde etmeye önem gösteriyoruz. Ülkemizde kazandığımız takdir ve bankacılık inovasyonundaki liderliğimiz, son yıllarda üst üste gelen global başarılarımızla taçlandı. Geliştirdiğimiz ürün ve teknolojilerle DenizBank olarak Dünyanın En İnovatif Bankası ünvanını kazandık ve her sene yeni bir global başarıyla bu konumuzu korumaya devam ediyoruz.



## **IAB Türkiye: Olan/oluşabilecek kriz ve acil durum dönemlerinde negatifi pozitive çevirmek üzere dijital platformu yönetmek için profesyonel destek alıyor musunuz? Nasıl?**

**H.Ateş:** Ana bankacılık sistemlerinde ve dijital kanallarda haftanın her günü ve günün her saati bir kriz oluşabilme ihtimali bulunur. Teknoloji iştirakimiz Intertech'in uzmanlığı ve tecrübesi sayesinde kriz durumlarını neredeyse hiç yaşamıyoruz ve olası kriz anlarını en kısa sürede çözebilecek yetkinlikteyiz.

Hem banka içindeki özel destek hem de teknoloji ekiplerimiz sayesinde hızlı aksiyon alabildiğimiz için bu konularda negatif bir olay yaşamadığımızı sevinerek söyleyebilirim.

## **IAB Türkiye: Dijital dünyadaki değişiklikleri hangi kaynaklardan veya fikir önderlerinden takip ediyorsunuz?**

**H.Ateş:** DenizBank Dijital Bankacılık ve İnovasyon ekiplerimiz dijital dünyayı takip etmek ve yeni teknolojileri bankamız iş birimleri ile buluşturmakta dedike çalışıyorlar. Silicon Valley'deki gelişmeleri sürekli takip etmekle kalmayıp yılın belli zamanlarında ziyaretler gerçekleştiriyor, dünya teknoloji devlerinden yeni ürünlerini öğreniyoruz. Global çapta önde gelen teknoloji etkinliklerine katılım sağlıyor, diğer pazarların, şirketlerin ve rakiplerimizin nasıl çalışmalar yaptıklarını gözlemliyoruz. Dijital bankacılık ve teknoloji guruları olan liderlerin yayınlarını sürekli olarak takip ediyor ve özümüyor ve hatta bu kişilerle birebir toplantılar düzenleyip dijital dünyayı birlikte yorumluyoruz. En sevdiğimiz ve yazılarını keyifle okuduğumuz bazı yazarlar Chris Skinner ve Brett King. Ayrıca Michio Kako, Raymond Kurzweil ve Elon Musk gibi fütürist ve bilim adamlarının fikirlerini okuyup zihnimizi her zaman yeniliğe ve geleceğe açık tutmaya çalışıyoruz.

## **Hakan Ateş - Özgeçmiş**

1959 doğumlu olan ATEŞ, TED Ankara Koleji'nde öğrenimini tamamladıktan sonra Orta Doğu Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme alanında Lisans eğitimini tamamlamıştır. Kariyerine 1981 yılında İş Bankası'nda Teftiş Kurulu Müfettişi olarak başlayan ATEŞ, 1986 – 1993 yılları arasında Interbank'ın çeşitli birimlerinde görev aldıktan sonra Elmadağ, Şişli, Bakırköy, İzmir ve Merkez Şubeleri'nde Şube Müdürlüğü yapmıştır. Interbank'ın Nakit Yönetimi Sistemini kurmuş ve 1993 yılında Merkezi Operasyon'dan Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevine atanmıştır. 1994-1996 yılları arasında Bank Ekspres'te Mali İşler ve Operasyon'dan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak çalışmış ve Bank of America'nın danışmanlığında Bank Express'in yeniden yapılandırılması projesini yürütmüştür. Rusya'da GarantiBank Moscow'u kurmuş olup, 1996 Haziran ayından itibaren bir yıl boyunca burada Genel Müdür olarak görev yapmıştır. 1997 Haziran ayında DenizBank'ta Kurucu Genel Müdür olarak başladığı görevine halen devam etmektedir. DenizBank hisseleri Ekim 2004'te halka arz edilmiş, arz miktarının 5.5 katı kadar talep toplanmış ve arz edilen hisselerin %68'i yurtdışındaki kurumsal müşterilere satılmıştır. Ayrıca Sayın ATEŞ'in yönetiminde Mayıs 2006'da Zorlu Holding sahipliğindeki DenizBank hisselerinin %75'inin Dexia S.A.'ya satış süreci ve 6 yıl sonra Haziran 2012'de Dexia Grubu sahipliğindeki DenizBank hisselerinin %99.85'inin Sberbank'a satış süreci gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda Hakan ATEŞ, DenizBank iştirakleri olan Deniz Yatırım Menkul Kıymetler, Intertech, Destek Varlık Yönetimi, DenizBank Moskova Yönetim Kurulu Başkanlığı ve DenizBank AG'de Yönetim Kurulu 1. Başkan Yardımcılığı görevlerini sürdürmektedir.