

# MÜŞTERİ DENEYİMİ

5.575 26,3 dk 10 müşteri



Müşteri deneyimi her zaman Garanti BBVA'nın stratejisinin temel taşlarından biri oldu. Garanti BBVA, en etkili deneyimi yaşatan şirketlerin bugün olduğu gibi yarın da faaliyet gösterdikleri sektörlerinin en başarılı şirketleri olacaklarına inanıyor. Müşteri deneyimi, teknolojinin yarattığı ivme ile baş döndürücü bir hızda değişen günümüz dünyasında, artık daha da büyük bir öneme sahip. Sektörler arasındaki sınırlar ortadan kalkarken, dijital iş modelleri, tüm ticari alanlarda yeni standartlar yaratıyor. Müşterileri mutlu eden çözümler, bir anda yeni norm haline gelebiliyor. Üstelik bu normlar sadece bir sektör için değil, tüm sektörler için geçerli oluyor. Tüm bu nedenlerle Garanti BBVA, müşteri deneyimini, rekabet gücünü artıran ve kendisini rakiplerinden ayırtıran en önemli unsur olarak görüyor.

Garanti BBVA'nın müşteri deneyimine dair stratejisi; çağın en temel belirleyicileri olan teknolojiyi ve insani öğeleri bir araya getiren, uzun soluklu ve sağlam bir strateji. Bu stratejiyi hayata geçirerek müşterilerinin hayatını kolaylaştırmayı, finansal sağlıklarını gözetmeyi, doğru finansal kararlar vermelerini sağlamayı, işlerini sürdürülebilir bir şekilde büyütmelerine destek ve aynı zamanda kendi finansal hizmetlerini herkese ulaştırabilmeyi amaçlıyor.

Müşterilerin ihtiyaç ve beklentileri, teknolojik ilerlemeler paralelinde sürekli

olarak değişiyor ve yeniden şekilleniyor. Ancak ortak payda aynı kalıyor: İnsanlar, kendilerine zaman kazandıran, kısa ve sorunsuz yolculukları, yaşamlarını iyileştiren akıllı çözümleri ve eğlenceli buldukları kişisel dokunuşları deneyimlemek istiyorlar. Garanti BBVA'nın müşteri deneyimi yönetimi çalışmalarının tamamını şekillendiren de bu anlayış. Müşterilerin, Garanti BBVA ile çalışmayı tercih ettikleri için mutlu hissetmelerini arzu ediyor. İyi bir müşteri deneyimi yaratmak, Garanti BBVA üst yönetiminin de en stratejik önceliklerinden ve vazgeçilmez tutkularından biri. Bu amaçla kurulan ve Genel Müdür liderliğinde toplanan Müşteri Komitesi, müşteri deneyimiyle ilgili konuları masaya yatırıyor. Banka'nın müşteri deneyimi stratejileri de yine bu Komite tarafından belirleniyor. Komite aynı zamanda temas edilen tüm noktadaki deneyimi iyileştirmeye ve performansı geliştirmeye yönelik olan sürekli çalışmaların gerçekleştirilmesinden de sorumlu.

Garanti BBVA, 2019 yılında mevcut müşteri deneyimi seviyesini anlamak ve müşteri iç görüşü üretebilmek amacıyla müşterilerinden düzenli olarak geri bildirim almaya devam etti. Bu geri bildirimlerden yola çıkarak ürün ve hizmetlerini tasarım felsefesi ışığında geliştirdiği 40 yeni proje üretti.

Müşterilerinin finansal sağlıklarını korumak, Garanti BBVA'nın önem verdiği, yeni fikirler,

projeler ve girişimlerle sürekli geliştirmek üzere çalıştığı önemli bir konu. Garanti BBVA tüm kanallarıyla finansal hizmetlere erişimi sağlıyor, müşterilerin kendi finansal durumları hakkında bilgilenmelerini ve mali durumları üzerinde tam bir kontrole sahip olmalarını destekliyor. Birikim potansiyeli olan müşterilere birikimle ilgili, nakit akışını daha doğru yönetebilmek için kredi ürünlerine ihtiyaç duyan müşterileri de kredi ürünleriyle ilgili bilgilendirerek finansal sağlıklarını iyileştirmek için çözümler sunuyor.

Sorumlu bankacılık yaklaşımıyla Garanti BBVA, ürün ve hizmetlerin avantajlarını olduğu kadar olası risklerini de paylaşıyor. Bu kapsamda, tüm satış ve pazarlama faaliyetlerinde müşterileriyle şeffaf bir iletişim kuruyor ve ihtiyaç duydukları tüm bilgileri açık ve kolay anlaşılır bir biçimde aktarıyor. Uygulanabilir çözümler sunuyor ve güvene dayalı uzun soluklu ve sürdürülebilir ilişkiler kurmayı hedefliyor.

Ekonominin sürdürülebilir kalkınmasında kilit rol oynayan KOBİ'lerin, kadın girişimcilerin ve girişimcilerin, finansal ihtiyaçlarına çözümler üretmenin yanı sıra hem büyümelerini ve esnekliklerini desteklemek, hem de çevre, toplum ve etik alandaki performanslarını geliştirmelerine yardımcı olmak Garanti BBVA'nın hedefleri arasında.

Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma Programı ile Türkiye'deki girişimcilik

ekosisteminin gelişmesine yardımcı oluyor, yatırım çekme ve büyüme potansiyeli olan erken aşama girişimlerin desteklenmesini ve hızlandırılmasını amaçlıyor.

Kadın girişimcilerin finansman kaynaklarına erişimini kolaylaştırıyor, onları Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması ile potansiyellerini gerçekleştirmeleri için teşvik ediyor ve sürdürülebilirliği sağlamak için Kadın Girişimci Yönetim Okulu gibi ücretsiz programları gerçekleştiriyor. Girişimci Kadın Buluşmaları ile kadın girişimcilerin ihtiyaç

duydukları bilgi ve deneyim aktarımıyla yeni iş birlikleri kurmaları ve yeni pazarlara açılmalarına katkı sağlamayı amaçlıyor.

Müşterilerin işlerini sürdürülebilir bir şekilde büyütmeleri için yenilikçi çözümler ve öneriler sunmak Garanti BBVA'nın hedefleri arasında. Müşterileri ve sivil toplum kuruluşları gibi paydaşlarına, Türkiye'deki yenilikçi çevresel ve sosyal uygulamalar, yönetim örnekleri, yeşil finansman alternatifleri, dijitalleşmenin getirdiği riskler, finansal olmayan raporlamaya dair yeni

trendler, şeffaf raporlama ve sigortacılık sektöründe çevresel risk algısı gibi, sürdürülebilir iş modelleriyle ilgili en güncel konular hakkında düzenli bilgi veriyor.

Garanti BBVA, müşteri deneyimine odaklanarak aşağıdaki Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'na aktif katkıda bulunuyor: 5: Cinsiyet Eşitliği, 8: İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme, 9: Sanayi, İnovasyon ve Altyapı ve 10: Eşitsizliklerin Azaltılması.

## DEĞER YARATAN ETKEN

**TÜM FAALİYETLERİN ODAĞINA MÜŞTERİLERİ KOYARAK MÜKEMMEL BİR DENEYİMİ YAŞATMAK, SÜREÇLERİ MÜŞTERİLERİN GÖZÜYLE, HIZLI, ANLAŞILIR VE SADE BİR ŞEKİLDE TASARLAMAK, MÜŞTERİLERLE, BEKLENTİLERİNİ AŞARAK VE MEMNUNİYETLERİNİ ARTIRARAK, GÜVENE DAYALI VE UZUN SÖZLÜKLÜ İLİŞKİLER KURMAK**

**MÜŞTERİLERE KARŞI HER ZAMAN ŞEFFAF, AÇIK VE SORUMLU OLMAK**

**SUNULAN ÇÖZÜMLERLE FİNANSAL OKURYAZARLIĞI, SAĞLIĞI VE KAPSAYICILIĞI DESTEKLEYEREK, MÜŞTERİLERİN BİLİNÇLİ KARARLAR ALMASINA YARDIMCI OLMAK**

**MÜŞTERİLERİN İŞLERİNİ SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR ŞEKİLDE BÜYÜTMELERİ İÇİN YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER VE ÖNERİLER SUNMAK**

## GÖSTERGE

Müşteri<sup>1</sup>

Ankete Katılan Hedef Müşteri<sup>2</sup>

Alınan Geri Bildirimler<sup>3</sup>

Müşteri geri bildirimleriyle değiştirilen ve geliştirilen ürünler veya hizmetler

Net Tavsiye Skoru<sup>4</sup> (Sıralaması)

Müşterilere finansal yönetim konusunda destek vermeyi amaçlayan yeni ve güncellenmiş ürünler, hizmetler ve kanallar

Finansal durumu hakkında bilgilendirilen müşteriler

Engelli dostu Garanti BBVA ATM'ler

Kadın girişimciliği etkinliklerine katılan ve Garanti BBVA'nın finansal farkındalığın geliştirilmesine yardımcı olduğu kadınlar (kümülatif)

Birikim ürünleri kullanmaya başlayan müşteriler

Çevresel ve Sosyal konularda müşterilere saha ziyaretleri

Çevresel ve Sosyal çalıştaylar ve konferanslar

KOBİ girişimleri (uygulamalar ve etkinlikler dahil)

Çalıştaylar ve konferanslarda ele alınan tartışılan konular

Kadın Girişimci Ödüllerine başvurması teşvik edilen Kadın Girişimciler (kümülatif)

Çevresel ve sosyal konular hakkında bilgilendirilen müşteriler ve finansal kuruluşlar<sup>5</sup>

## PERFORMANS

2018

2019

16.378.165

17.639.895

%7,87

%9

942.000

1.068.000

38

40

#1

#2

3

5

%85

%85

5.210

5.214

9.720

10.250

850.000

943.541

37

29

3

11

6

10

29

15

36.908

38.450

33

16

1 Yetersiz dokümantasyonu olan müşterileri hariç tutar. 2 Yıl içinde en az bir kez anket yapılan hedef müşterilerin yüzdesi. 3 Müşteri Deneyimi Destek Ekibi'ne iletilen müşteri geri bildirimleri ve kanallarındaki hizmetler sonrası yapılan müşteri anketlerinin toplamı. 4 Net Tavsiye Skoru çalışması, bağımsız araştırma firması Ipsos tarafından Garanti BBVA için yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Garanti BBVA, kendi bireysel müşteri profilinde rakipler arasında en yüksek ikinci Net Tavsiye Skoru'na sahiptir. Rakipler İş Bankası, Akbank, Yapı Kredi Bankası, QNB Finansbank ve Denizbank'tır. Araştırma Ocak'19 ve Aralık'19 döneminde, ilgili bankayı ana bankası olarak nitelendiren ve bankasıyla son 3 ayda iletişime geçmiş müşterilerle, İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli, Bursa, Antalya ve Adana illerinde, yüz yüze anket tekniği ve kotalı örneklem yöntemiyle yapılmıştır. Skor, bireysel segment skorlarının ağırlıklı ortalamasıdır. 5 Çevresel ve sosyal çalıştaylar aracılığıyla veya toplantılar / çağrılar aracılığıyla bilgilendirilen müşteriler ve finansal kuruluşlar.

Garanti BBVA'nın müşteri deneyimindeki tutarlı performansı, stratejisini uygularken benimsediği dört temel yetkinliğe dayanıyor: Müşterisini Anlama Yeteneği, benimsediği Tasarım Felsefesi, kurumun her bireyi tarafından özümsemiş Empati Kültürü ve kendisini sürekli kontrol etmesine imkan veren gelişmiş Ölçüm Sistemleri.

## 1 - MÜŞTERİYİ ANLAMA YETENEĞİ

Garanti BBVA, bir önceki yıl olduğu gibi 2019 yılında da, hem doğrudan müşterilerinden, hem de çalışanlarından düzenli olarak aldığı geri bildirimlerle müşterilerini daha iyi anlamasını sağlayan iç görüler üretmeye devam etti. 2019'da yaklaşık 845 bin müşterisiyle temas kurdu; ihtiyaç ve beklentilerine, marka algılarına ve yaşadıkları deneyime ilişkin geri bildirimlerini aldı. Aynı zamanda çalışanlar, Önersen platformu üzerinden 1.000'e yakın görüş ileterek hizmetlerin gelişimine destek oldu.

Garanti BBVA'nın kurumsal bilgi hazinesinin bir parçası haline gelen tüm iç görüler, çalışanlar tarafından 2019 yılında da düzenli olarak kullanıldı. Özellikle tasarım ekipleri, problemi tanımlamaktan çözümü üretmeye kadar geçen süreçte hem müşteri, hem de çalışan görüşlerinden faydalandılar.

## 2 - TASARIM FELSEFESİ

Müşterilere iyi bir deneyim yaşatmak için dijital ve fiziksel tüm temas anlarındaki deneyimin, yani tüm yolculuğun baştan uca titizlikle tasarlanması gerekiyor. Garanti BBVA'nın benimsediği 'Müşteri Yolculuğu' metodolojisi kesintisiz ve tutarlı deneyim yaratmada güçlü bir araç haline geldi, 2019 yılında da geliştirme faaliyetlerine yol gösterdi.

2019'da kredi, kredi kartı güvenliği, POS gibi müşterilerin en sık deneyimlediği kritik yolculuklar üzerinde çalışıldı. Ayrıca Ticari ve KOBİ tüzel müşterilerin Bankayla olan deneyimlerini ve finansal hizmetlerden beklentilerini anlamak için Tüzel Müşteri Yolculuğu çalışması başlatıldı. Müşterilerin dijital kanallardaki yolculukları da ileri veri modellemesiyle analiz edilerek aksiyon alanları çıkarıldı.

Müşteri kazanım sürecinin şube bacağı deneyimi iyileştirilerek yeniden kurgulandı. Paralelde müşteri olma sürecini mobilden müşterinin kendisinin başlattığı akış hayata geçirildi. Böylece müşteri kazanım süreci dijitalleştirilerek kolaylaştırıldı.

## 3 - EMPATİ KÜLTÜRÜ

Hem yeni ürün ve hizmet tasarlarken, hem de tasarımları uygulamaya geçirirken en önemli aktörler tabii ki çalışanlar. İyi bir müşteri deneyimi yaşatmak için, kurumdaki hakim hava, ruh ve anlayış da buna imkan sağlamalı.

Müşteri odaklı kültürü sürekli beslemek ve canlı tutmak için başlatılan "Empati" programı, 2019 yılında 3. yaşını doldurdu. Empati, bu yıl da tüm çalışanların Banka'daki müşteri deneyimi projelerinden haberdar olmalarını ve isterlerse katkıda bulunmalarını, hem kurum içindeki, hem de dünya çapındaki iyi uygulamalar hakkında bilgi sahibi olmalarını, kendilerini geliştirmek için eğitimler, ipuçları ve bilgilendirmeler gibi araçlara erişmelerini ve yaşadıkları empati hikayelerini diğer çalışanlarla paylaşarak yenilerini yaratmak için ilham vermelerini sağlayan bir platform sunmaya devam etti.

Empati çalışmaları kapsamında, tüm çalışanlarıyla müşteri deneyiminde fark yaratan şubelerin ödüllendirildiği ritüel

devam ediyor. Yılın en başarılı şubesine, hem çeşitli sürprizler yapılıyor, hem de tasarlanan ödül yıl boyunca o şubede sergileniyor. Ödül, her yıl en başarılı şubeye devir teslim edilerek Garanti BBVA'nın eşsiz müşteri deneyimi yaratmaya dair arzusunun köklü bir nişanesi olmaya devam ediyor.

## 4 - ÖLÇÜM SİSTEMLERİ

Garanti BBVA, müşteri deneyiminde hangi seviyede olduğunu görmek, yaptığı çalışmaların etkisini anlamak için kanal ve ürün bazında düzenli ölçümlerine 2019 yılında da devam etti. Tüm şube çalışanları hizmet sonrası anketler aracılığıyla müşterilerine nasıl bir deneyim sunduklarını günlük olarak takip edebiliyor. Şube yöneticileri, anketlere katılan müşterilerle temasa geçerek paylaştıkları geri bildirimlerle ilgili aksiyonların alınmasını sağlıyor.

Şube ve Müşteri İletişim Merkezi'nin yanı sıra mobil kanallardan da müşterilerin dijital deneyimleriyle ilgili geri bildirimler alındı. Garanti BBVA Mobil ve BonusFlaş kullanan yaklaşık 220 bin müşteri, kullandıkları uygulamayla ilgili görüşlerini hemen işlem sonrasında iletti.

Bahsedilen dört temel yetkinliğe dayanarak gerçekleştirilen ve müşteri deneyimini hep daha ileriye taşımayı amaçlayan çalışmaların olumlu sonuçları, bu yıl da çeşitli göstergelere yansdı. Garanti BBVA;

- Müşteri deneyimi yönetimindeki başarısıyla 2018'de olduğu gibi, 2019 yılında da A.L.F.A. Ödüllerinde bankacılık ve kredi kartı kategorilerinin birincisi oldu<sup>6</sup>.
- Banka'yla aktif olarak çalışan 1.000 müşteri başına şikayet adedi bir önceki seneye göre %22 düşüş gösterdi.
- 2019 yılında hizmet sonrası anketlerle ulaşılan müşterilerin Banka'yı tavsiye etme

düzeyi iyileşti.

- Global Finance dergisi tarafından düzenlenen yarışmada 2020 yılı için Türkiye'nin En İyi Nakit Yönetimi Bankası olarak seçildi. Garanti BBVA son 5 yıl içerisinde, 4. kez "Türkiye'nin En İyi Nakit Yönetimi Bankası" ödülüne layık görüldü.
- Alanında yenilikçi hizmet ve ürünleriyle dünyanın saygın iş ve finans dergilerinden World Finance Magazine tarafından, üst üste beşinci kez bu yıl da Türkiye'nin En İyi Bireysel Bankası seçildi.
- Avrupa'da yayınlanan European CEO Magazine tarafından ikinci defa Avrupa'nın En İyi Bireysel Bankası ödülüne layık görüldü.
- Şubeye gitmeden uzaktan erişim ile bireysel portföy hizmeti veren Benim Bankacım hizmetiyle "En İyi Müşteri Hizmeti" kategorisinde Stevie Ödülü kazandı.
- Yeni Hizmet Modeli, Stevie Awards'ta Customer Service Team kategorisinde üçüncü olarak bronz, EFMA Banking Innovation Awards'ta Phygital Distribution kategorisinde ikinci olarak gümüş ödül aldı.

## 2019 FAALİYETLERİ

Müşteri beklenti ve ihtiyaçlarının doğru tanımlanması ve karşılanabilmesi, Garanti BBVA'nın ürün, hizmet, altyapı oluşturma ve geliştirme sürecinin odağında yer alıyor.

2019 yılında müşterileri daha iyi anlayabilmek amacıyla; Bireysel, KOBİ, Ticari ve Kurumsal segmentlerdeki müşteriler ve dijital kanalları kullanan müşteriler ile Net Tavsiye Skoru (NTS) çalışmaları yapıldı. Buna ek olarak, kredi kartlarını ve sigorta ürünlerini kullanan müşterilerin deneyimini anlamak amacıyla bu müşterilerle NTS çalışması yapıldı. Reklamların performansını ölçümleyen reklam araştırmaları, markanın algıdaki payını ölçümleyen marka araştırmaları

ve kurum itibarını ölçümleyen kurumsal itibar araştırmaları da düzenli olarak yapılan diğer araştırmalardı. Bunlara ek olarak, her yıl olduğu gibi, sponsorlukların etkilerini ölçümleyen müzik ve basketbol sponsorluk araştırmaları gerçekleştirildi.

Garanti BBVA, 2019 yılında Bireysel müşteriler Net Tavsiye Skoru çalışmasında yılı ikinci olarak tamamladı. Bu durum, tüm şube ağının yeni hizmet modeline dönüşümü sonrasında kısa vadede beklenen bir etkiydi. Adaptasyon sürecini etkin ve sağlıklı bir şekilde yöneterek dönüşümün pozitif etkisini deneyimlemeye başlayan Banka, 2020 yılında Net Tavsiye Skoru'nda tekrar lider olmayı amaçlıyor.

Müşterilerden alınan geri bildirimler üzerinden yapılan kök neden analizleri ile müşteri memnuniyetsizliklerinin tekrar oluşmaması için çalışmaya ve aksiyonlar almaya 2019 yılında da devam edildi. Bu kapsamda alınan aksiyonlar ile müşteri memnuniyetsizliği yaratılan durumların %3'ünün önüne geçildi. Öte yandan alınan 18 proaktif aksiyon ile müşteri memnuniyetsizliği yaratması olası durumların da önüne geçildi.

Müşterilerin kart ihtiyaçlarını daha hızlı karşılamak, kartların kullanıma hazır şekilde müşterilere teslim süresini kısaltmak ve kurye ile teslimat sürecinde meydana gelebilecek olası sorunların önüne geçmek amacıyla "şubelerimizden anında kart teslim" uygulaması hayata geçti. Müşteriler şubeden başvurup onaylanan kredi kartları ile debit kartlarını anında şubeden teslim almaya başladılar. Şubeden verilen kartlar için teslim anında şifre de gönderildiğinden, müşteriler kartlarını hemen kullanmaya başlayabiliyor. Bu kapsamda 2019 yılında 400.000'in üzerinde kartı şubeden

anında teslim ederek müşterilerin kart deneyimlerinde iyileşme sağlandı.

Çalışmaların temelini; müşterilerin ihtiyaçlarını hem şubelerden hem de tüm dijital kanallardan basit ve anlaşılır bir şekilde karşılayabilmek, değişen piyasa koşullarına göre yeni oluşan taleplere cevap verebilmek ve müşteriye özel çözümleri sunabilmek oluşturuyor.

Banka, müşterilerine daha iyi bir dijital deneyim yaşatmak amacıyla, hem dijital kanallardaki mevcut özelliklerini geliştirdi, hem de yeni çözümler ekledi. Böylece daha kolay, daha hızlı ve daha rahat bir müşteri deneyimini mümkün kılarak, örnek oluşturan pek çok dijital ürün uygulamaya alındı. Müşterilerin finansal ihtiyaçlarına dair çözümleri her nerede iseler oradan ve kolaylıkla bulabilmeleri Garanti BBVA'nın temel tasarım ilkelerinden biri.

Garanti BBVA, kullanıcılarının ihtiyaçlarını daha iyi gözlemleyebilmek adına her ay düzenli kullanılabilirlik araştırmaları gerçekleştiriyor. Bu araştırmalarla birlikte hem mevcut özellikler için kullanıcı deneyimi sorunlarına çözüm üretiliyor, hem de yeni çıkacak ürünler için kullanıcı deneyimi odak noktada tutuluyor. Araştırmalar sonrası yapılan bazı güncellemeler ise şu şekilde;

- Maaşını Garanti BBVA aracılığı ile alan müşteriler, kendilerine sunulan ayrıcalıkları ve kazançlarını Garanti BBVA Mobil üzerinde yer alan Maaşım Garanti'de sayfasından daha kolay takip edebiliyor.
- IBAN'a para gönderme akışında, kullanıcıların başka yerden kopyaladıkları TR algılanarak IBAN'ı daha kolay girmeleri sağlanıyor.
- ATM ekranı, QR ile para çekme işlemini öne çıkaracak şekilde güncellendi ve

bu sayede kullanıcıların daha hızlı işlem yapması amaçlanıyor.

Garanti BBVA 2019 yılında, ana odağında müşterilerini tutarak, finansal yatırımlarını değerlendirebilecekleri farklı enstrümanları müşterilerine sundu. Getirisi her daim enflasyonun üzerinde olan "Enflasyon Endekli Mevduat Ürünleri", vade içerisinde farklı para birimleri arasında geçişi sağlayan "Çok Para Birimli Mevduat" ve uzun vadeli açılan ara dönemlerde faiz getirisini önden ödeyen "Ara Faiz Ödemeli Mevduat" standart mevduat ürünleri dışında müşteriler tarafından en çok tercih edilen ürünler oldular.

Garanti BBVA, mevduat ürünlerinin yanı sıra getiriye odaklanarak hem yurt içi hem yurt dışı piyasalara yatırım yapan ve mutlak getiri hedefli yatırım fonları SMART Fonlar, minimum faiz garantili Yapılandırılmış Borçlanma Araçları, Garanti BBVA ve İştiraklerinin ihraççısı olduğu Bonolar ile aktif kaynak yönetimini sağladı.

Garanti BBVA, daha iyi bir bankacılık deneyimi sunmak amacıyla "Merkezi Müşteri Hizmetleri Temsilcisi" isimli projesiyle yeni bir hizmet modelini hayata geçirdi. Bu hizmet modeliyle, KOBİ müşterilerinin şubelerdeki operasyonel işlemleri merkezi ve uzman bir ekip ile kesintisiz ve hızlı gerçekleştirilmeye başlandı. Bu sayede, operasyonel kalitenin artması, şubelerdeki KOBİ Müşteri ilişkileri Yöneticilerinin üzerindeki operasyonel iş yükünün hafiflemesi, müşterilerin her aradıklarında ulaşabilmesi ve uzman müşteri temsilcilerinden destek alması sağlandı.

Proje, KOBİ Müşteri İlişkileri Yöneticilerinin müşteri ve satış yönetimi için zaman kazanmalarına, müşteri ilişkisi yönetiminde daha fazla derinleşmelerine büyük destek oldu.

Türkiye'de bir ilk olarak, müşterilerin SWIFT işlemlerini dijital kanallardan şeffaf bir şekilde izleme olanağı veren SWIFT GPI projesi devreye alındı. Giden transfer işleminin ne aşamada olduğu, işleme hangi bankaların aracılık ettiği, hangi bankada ne kadar süredir işlemin devam ettiği, muhabir ve alıcı banka masrafları görüntülenebilir hale getirildi.

Yepyeni bir tahsilat çözümü olan "QR Kod ile Hesaptan Tahsilat" ile tüzel müşterilerin tahsilatlarını mobil bankacılık üzerinden yapmaları, ödemeyi gerçekleştirecek bireysel ve tüzel müşterilerin mobil kanaldaki Öde/Gönder seçeneğini kullanarak anlık olarak vadesiz hesaptan ödemeleri sağlanıyor. Söz konusu ürüne yönelik entegrasyon dokümanları developers. garantibbva.com.tr adresinde sunulurken firmalara ücretsiz bir şekilde test etme ve hızlıca entegre etme olanağı tanınıyor.

29 Ocak'ta basın lansmanı yapılan yeni uçuş kredi kartı Shop&Fly ile birlikte müşterilerin hayatına online mil kazanımı, Shop&Fly'nin anlaşmalı acentesi olan Karya Turizm üzerinden (shopandfly.com.tr ve Shop&Fly seyahat hattı üzerinden) online mil kazanımı, anında avans mil alımı, BonusFlaş ve shopandfly.com.tr'den rötarlı uçuşlarda mil kazanımı süreçleri başladı. Müşterilerin seyahat süreciyle ilgili yaşadıkları soru ve sorunlarla ilgili müşteriler 4440333 ya da 4440700 üzerinden Shop&Fly Seyahat Hattı'na bağlanarak acente ile iletişime geçebiliyorlar. Ayrıca shopandfly.com.tr'nin seyahat sayfalarında tüm seyahat ve satın alımlarla ilgili detaylı süreç ve bilgiler mevcut. Kartla ilgili tüm süreçler yine Garanti BBVA kanalları üzerinden ilerliyor ve kartla ilgili tüm detay bilgiler için shopandfly.com.tr'nin kart sayfalarında yer alıyor.

Sektörde bir ilk olan ve Garanti BBVA kart kullanıcılarının, kartları ile ilgili her türlü ihtiyaçlarını karşılayabildikleri uygulama BonusFlaş, müşteri dostu yeni tasarımı ile yenilendi. Yeni trendlere de uygun şekilde olan yeni tasarımla kampanya ve kart bilgilerinin daha kolay takip edilebilmesi sağlandı. QR ile ödeme eklenerek BonusFlaş'ın ödeme fonksiyonları zenginleştirildi ve kullanıcılara kartları yanlarında olmasa bile IOS ve Android işletim sistemli tüm telefonlarından kartsız ödeme imkanı sunuldu. Kullanıcıların alışveriş yapılan üye iş yerlerinin web sitelerine/uygulamalarına BonusFlaş içinden tek tıkla yönlendirilmelerini sağlayan "Direkt Link" özelliği ile e-ticaret harcamaları daha hızlı ve kolay hale getirildi.

Android işletim sistemli akıllı telefonları temassız POS cihazına çeviren Garanti BBVA CepPOS uygulaması, Kasım 2019 itibarıyla Google Play Store'da yerini aldı. CepPOS ile, işyerlerine temassız işlem limiti (120 TL) dahilinde, temassız kredi kartı/banka kartı veya mobil ödeme özellikli cep telefonları ile ödeme alma imkanı sağlanmış oldu. Garanti BBVA CepPOS kullanımı için, kullanıcının Android cihazının NFC (temassız mobil ödeme) özelliğine sahip olması ve Garanti BBVA üye iş yeri olmak için başvuruda bulunması gerekli. Garanti BBVA CepPOS uygulaması ile ayrıca, satışların ertesi günü beklemeden, aynı gün içerisinde otomatik olarak üye iş yerinin hesabına geçmesi, üye iş yerlerinin Garanti BBVA CepPOS ile gerçekleştirilen işlemlerini uygulama içi menülerden anlık takip edebilmesi ve hesaba geçen tutarların kolaylıkla görüntülenebilmesi sağlandı.

İstanbul toplu ulaşım kartı olan İstanbulkart yüklemeleri, Garanti BBVA mobil şube üzerinden vadesiz hesap aracılığıyla yapılabilir hale getirildi. Hesaptan ödeme

yapılabilen ilk Banka olma özelliği müşteriler tarafından olumlu karşılandı ve kısa süre içerisinde de kullanım sayısı ve işlem hacmi artmaya başladı.

Garanti BBVA, son 20 yıldır dijital dönüşümün öncülüğünü yapan bir banka olarak şubelerinde yeni bir hizmet modelini hayata geçirdi.

Gelişmekte olan dijital dünyanın yararlarını şube hizmet modeline entegre ederek şubeleri şimdiden geleceğe taşımak için 3 temel hedefe odaklanıldı:

- Müşterilere daha iyi bir deneyim sunmak,
- Daha fazla müşteriyi dijital kanallara yönlendirmek,
- Çalışanların yetkinliklerini geliştirerek hem ürün sunma kabiliyetlerini, hem de operasyonel verimliliği artırmak.

Pilot çalışması Mayıs 2017'de başlayan projede, 2018 yılı boyunca her hafta ortalama 10 ile 15 arasında şube yeni hizmet modeline geçti. Tüm şube ağının dönüşümleri tamamlandı.

Yeni hizmet modelinde müşterilerle etkileşim için daha fazla zaman yaratmak amacıyla, ürün ve hizmet sunumu kabiliyeti artırıldı. Müşterilere şubede olduğu kadar onların tercih edeceği herhangi bir yerde hizmet sunabilmek için gereken araçlar geliştirildi. Sıkı sıkıya bağlı olunan kurallar sorgulanarak satış verimliliği ile operasyonel verimliliği artırmak üzere yeni görev noktaları ve sorumluluklar yaratıldı. Müşterilerin dijital kanalları daha çok kullanmalarını sağlamak ve tüm kanallarda kesintisiz ve bütünlük bir deneyim yaratmak üzere süreçler yeniden tasarlanarak dijitalleştirildi. Son olarak, şubelerdeki fiziksel ortam da yeni hizmet modelinin konseptine uygun şekilde

yenilenecek vezneler kaldırıldı. Müşterilerin tüm işlemlerinde oturarak hizmet alabilecekleri yeni masalar getirildi ve bilgilendirmeler için dijital ekranlar kullanıldı.

Şube portföylerinin operasyonel işlemler yerine müşteri ve satış odaklı süreçlere yönelebilmesi amacıyla başlatılan M-MHT (Merkezi Müşteri Hizmetleri Temsilcisi) Projesi sayesinde, şube tarafında gerçekleştirilen fiyatlama ve aktif satış kalemleri hariç tüm operasyonel işlemler Şubat 2018 tarihinden itibaren Abacus bünyesinde oluşturulmuş özel bir ekip tarafından yürütülüyor. Hizmet modeli her müşteri temsilcisi ile ilgili şube ve müşterilerin ilişkilendirilmesi üzerine kurulu. Halihazırda müşterilerden gelen çağrılar ve operasyonel işlemler %95 ve üzeri seviyede M-MHT ekibi tarafından karşılanıyor.

2017 yılında hayata geçirilen ve şube çalışanlarının müşteri sorunlarını çözmesine destek olan akıllı platform "Empati Asistanım", 2019 yılı boyunca da şubelerdeki deneyime olumlu katkıda bulunmaya devam etti. Şubelerin %99'u tarafından aktif olarak kullanıldı. Yıl boyunca platform 62.000'in üzerinde sorunun çözümüne destek oldu.

Şikayet yönetim anlayışını bir üst seviyeye çıkararak müşterilerin şikayet anındaki deneyimlerini iyileştirmek amacıyla 2018 yılında hayata geçirilen Yeni Müşteri Yönetim Modeli kapsamında 2019 yılında da bazı değişikliklere gidildi. Bu kapsamda Haklı Müşteri Hattı olan şikayet yönetimi ekibinin ismi "Müşteri Deneyimi Destek" olarak değiştirildi. Öte yandan, şikayet yönetiminde dijitalleşme kapsamında kanallarda çeşitlendirmeye devam ediliyor. 2019 yılında Müşteri İletişim Merkezi üzerinden "sesli mesaj" ile şikayet iletme opsiyonu getirildi. Sesli yönlendirme

adımında "şikayet" diyen müşteriler şikayetlerini sesli mesaj olarak iletilebiliyorlar. 2019 yılı boyunca devam eden çalışmaların neticesi olarak 2020 yılında da şikayet yönetimi için yeni dijital kanallar eklemeye devam edilecek.

Garanti BBVA yapay zeka kullanımını artırmaya, özellikle sanal asistanları müşteri hizmetlerinde kullanmaya devam ediyor. 2018 yılının başında müşterilerin şikayetlerini çözen Müşteri Deneyimi Destek ekibinin kullanımına açılan "Bilge" isimli chatbot'un kullanım alanı 2019 yılında genişledi. Müşteri İletişim Merkezi ve İnternet Help Desk ekiplerinin de kullanmaya başlaması ile toplam kullanıcı sayısı 1.000'i aştı. Aylık 30.000'in üzerinde sorguya cevap veren Bilge'nin kullanımı bir önceki yıla göre %200 arttı.

RPA (Robotic Process Automation - Robotik Süreç Otomasyonu) çalışmaları Banka genelinde Temmuz 2019 tarihinde başlatıldı. Çalışma sayesinde; çalışanların rutin ve manuel işlemler yerine müşteri odaklı süreçlere yönlendirilmesi, minimum hata ve yüksek hız ile daha iyi bir müşteri deneyimi sunulması amaçlanıyor. RPA kapsamında sürdürülen çalışmalar sonucunda şu ana kadar 100 adet süreç belirlendi ve bunların 7 adedi üretim ortamına alındı.

Garanti BBVA çevik iş yapma şekline geçiş yolculuğuna da başladı. Bu kapsamda çalışanların oluşturduğu takımlar, yaptıkları işlerin en başından sonuna kadar sorumluluğunu alıyor ve ortaya koyacakları ürün ve hizmetleri müşterilerden gelen geri bildirimlere göre inşa ediyor. Böylelikle Garanti BBVA, mevcut ve gelecekteki müşteri ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayan çözümler sunmaya odaklanıyor. Bu yeni çalışma modelinde çalışanlar tek bir hedeften ilham alıyor ve bu hedef için motive oluyor.

Çevik çalışma modeli, çevik metotlara dayanan yeni bir düşünce yapısının ve kurum kültürünün benimsenmesi anlamına geliyor. Katı organizasyonel ve işlevsel yapılardan uzaklaşılarak daha işbirlikçi bir çalışma biçiminin benimsendiği bu modelde işleyişin hızını ve kalitesini artırmak ana hedef oluyor.

Çeviklik, müşterilerin derinlemesine anlaşılmasını ve yapılan her işte "müşteri önceliğimizdir" perspektifiyle hareket edilmesini sağlıyor. İş birliğini "tek bir ekibiz" bakış açısıyla yepyeni bir düzeye çıkarıyor. İlham veren, yenilikçi ve beklentileri aşan bir düşünce yapısının hakim olduğu bu model, güçlendirilmiş ve aksiyon alabilen ekiplerle müşteri taleplerinin en hızlı şekilde karşılanmasını destekliyor.

Garanti BBVA, müşterilere doğru zamanda, doğru teklifle gitmeyi ve bunu yaparken de onlarla optimum seviyede temas kurmayı önemsiyor. Bu kapsamda var olan alt yapıda 2019'da Müşteri İletişim Politikası'na uyumun sistemsel ve otomatik bir hale getirileceği yeni bir platform geliştirildi. Bu platform sayesinde müşterilerle iletişim kurmadan önce adet ve tutarlılık kontrollerinin merkezi olarak yönetilmesi hedeflendi.

### ÖNGÖRÜLER

Bu yıl olduğu gibi önümüzdeki yıllarda da müşteri ihtiyaç ve beklentileri büyük oranda dijital alanda yaşanan gelişmelerle dönüşecek ve şekillenecek. Garanti BBVA, önümüzdeki yılda da, çağın olanaklarını müşterilerin hizmetine sunarak, daha iyi bir müşteri deneyimi yaşatmak üzere çalışacak.

Her zaman olduğu gibi, müşterilerinin sesini tüm tasarımlarının kalbine koymaya devam edecek. Hem analitik kabiliyetini kullanarak iç verilerinden, hem de doğrudan

müşterilerinden aldığı geri bildirimlerle ürettiği müşteri içgörüsü, tüm ürün ve hizmetlerde yol gösterici olacak.

Garanti BBVA her geçen yıl bireysel bankacılık müşterilerinin bankacılık ihtiyaçlarının derinleşeceğini, bu ihtiyaçlara yönelik sunacağı hizmetlerin/ürünlerin kişiye özel olmasının daha da önem kazanacağına inanıyor. 2020'de de müşterilere ihtiyaçlarına uygun ürünleri doğru kanalda ve doğru zamanda sunabilmek ve bu sayede müşterilerin deneyimini iyileştirmek temel odak noktası olmaya devam edecek. Müşterilerin bankacılık ihtiyaçlarına en uygun finansal çözümleri sunmak ve bu çözümleri sunarken en mükemmel müşteri deneyimini yaşamalarını sağlamak adına büyük veriden ve dijital dönüşümün sunduğu imkanlardan yararlanmaya devam edecek.

İnovasyon Komitesi'nin yönlendirmesi ile müşterilerin Banka'yla yaşadığı deneyimi Yapay Zeka ile iyileştirmek için gerçekleştirilen çalışmalar devam ediyor. Bu çalışmalar kapsamında Garanti BBVA, elinde bulunan büyük veri hacmini kullanarak, tahminlemeler yapmayı ve bu sayede müşterilerin ihtiyaçlarını mümkün olduğunca önceden anlamayı planlıyor. İş kuralları ya da modellemelerin sınırlı kaldığı noktalarda Yapay Zeka kullanımının Banka'yı müşteriye tanıma ve anlama noktasında bir adım öne çıkaracağını ve bu sayede de müşterilere çok daha katma değerli bir deneyim yaşatabileceğini öngörüyor.

Tüm kanallarda kesintisiz, bütünleşik ve kişiselleştirilmiş bir deneyim sunmak üzere, tüm temas noktalarındaki deneyimleri müşterilerin gözünden yeniden tasarlamaya ve sadeleştirmeye devam edecek. Böylece çalışanlarının da operasyonel yükünü minimuma indirerek daha katma değerli işlere vakit ayırmalarını sağlayacak.

Garanti BBVA, yatırım uygulamasının bir sonraki versiyonunda, müşterilerin geri bildirimleri doğrultusunda daha kullanıcı dostu bir önyüz tasarımına geçmeyi, yeni emir tipleri eklemeyi ve bildirim ve alarm yapısı geliştirmeyi hedefliyor. Yine, müşterilerin Müşteri İletişim Merkezi'ne daha hızlı ulaşması ve bilgi alma dışında emirlerini de gerçekleştirebilmesini sağlamayı planlıyor. Çok yeni tamamlanan sosyal medya araştırması sonrasında ise yeni bir çalışma grubu kurarak, araştırma bulguları olan verilen hizmetin kişiselleştirilmesi ve iletişimde insan faktörünün artırılması gibi konulara odaklanılacak.

Ulaşılabilir olma ve müşterilere onların en çok tercih ettikleri kanallardan erişme arzusuyla, farklı iletişim uygulamalarını bankacılık uygulamalarıyla entegre ederek müşterileri için yeni kanal zenginlikleri oluşturmayı hedefliyor. Müşterilerin video ve dijital içerikleri kullanma oranının gitgide arttığını göz önünde bulundurarak, finansal ihtiyaçlarına getirilen çözümleri müşterilere iletmede bu kanallar daha fazla kullanılmaya başlanacak.

Garanti BBVA, geliştirilmekte olan akıllı platformlar ve müşteriye merkeze alan önceliklendirme mekanizması ile şube yoğunluklarını daha etkin yönetebilecek, çalışanlarına koçluk için daha fazla vakit ayırabilecek ve böylece şubelerde sunulan hizmetin kalitesini geliştirmeye devam edecek.

Müşterilerin nakit yönetimine destek olmak amacıyla, 2020 yılında da fiyatlama stratejileriyle beraber yeni ürün ve hizmetler yaratarak aynı performansın sürdürülmesi planlanıyor. Satıcı firmalara tahsilat garantisi sağlayan Doğrudan Tahsilat Sistemi ürünü için kullanıcı talepleri sonrası geliştirme süreçleri devam ediyor. 2020 sonu itibarıyla,



müşterilerin nakit akışlarını daha da şeffaf bir biçimde izleyebilmelerine olanak sağlayarak, ilave gelecek yeni özelliklerle birlikte, daha da kullanıcı dostu bir sistem müşterilere sunulacak.

### MÜŞTERİLERİN FİNANSAL SAĞLIĞINI KORUYAN VE SİSTEME DAHİL EDEN ÜRÜN VE HİZMETLER

Müşterilerin finansal sağlıklarını korumak, Garanti BBVA'nın önem verdiği, yeni fikirler, projeler ve girişimlerle sürekli kendini geliştirmek üzere çalıştığı önemli bir konu.

Dünya Bankası'nın Küresel Finansal Sisteme Dahil Etme verilerine göre dünyadaki 2 milyar insanın finans kurumları tarafından sunulan finansal hizmetlere erişimi yok. Bu nedenle Garanti BBVA, Türkiye'de finansal hizmetlere erişimi geliştirmeye yönelik olarak çalışmalar yapıyor. Yetişkin nüfusun %43'ünün bu erişimden yoksun olduğu Türkiye'de Garanti BBVA, müşterilerinin kendi finansal durumları hakkında bilgilenmelerini ve mali durumları üzerinde tam bir kontrole sahip olmalarını sağlıyor. Segment yaklaşımıyla finansal planlama konusunda danışmanlık ve rehberlik sunarken mevduattan emekliliğe kadar farklı ihtiyaçlarına göre müşterilerine çözümler sağlıyor.

Garanti BBVA, müşterilerini daha dengeli bir bütçe yönetimi için yönlendiriyor ve finansal planlama hizmetleri ile 'NET Hesap' gibi tasarrufu teşvik eden ürünler sunarak hayatlarına olumlu katkıda bulunmayı hedefliyor.

Sorumlu bankacılık yaklaşımıyla Garanti BBVA, ürün ve hizmetlerin avantajlarını ve olası risklerini de paylaşıyor. Bu kapsamda, tüm satış ve pazarlama faaliyetlerinde müşterileriyle şeffaf bir iletişim kuruyor ve ihtiyaç duydukları tüm bilgileri açık ve kolay

anlaşılır bir biçimde aktarıyor. Uygulanabilir çözümler sunuyor ve güvene dayalı uzun soluklu ve sürdürülebilir ilişkiler kurmayı hedefliyor.

#### 2019 FAALİYETLERİ

Garanti BBVA, sunduğu bankacılık ürün ve servislerinin ötesinde, müşterilerinin finansal sağlığını iyileştirmeye destek olmak adına tavsiyeler vermek, herhangi bir zorluk anında uyarılarda bulunmak adına çalışmalarını sürdürüyor. Müşterilerin davranışları ve finansal durumları analiz edilerek, her müşteriye özel içgörü ve aksiyon planları sunulması amaçlanıyor. Küçük bir müşteri kitlesine açılan projenin yaygınlaşması için çalışmalar devam ediyor.

Garanti BBVA'nın müşterilerinin mali durumlarını yönetmelerine destek olmaya ve Türkiye'de finansal hizmetlere erişimi geliştirmeye yönelik 21 ürün ve hizmeti var. Bu başlık altında yer alan ve farklı gruplarda sınıflandırılabilir ürün ve hizmetler kapsamında Garanti BBVA'nın yaptıkları şöyle sıralanıyor:

- Banka'yla hesap ilişkisi olmayan kişilere yönelik şube, Garanti BBVA ATM ve mobil bankacılık uygulaması üzerinden gerçekleştirilebilen fatura ödeme, para çekme/para yatırma/para transferi gibi işlemler sunuyor.
- Ayrıca altınların şubeler ve altın hizmet noktası kuyumcular vasıtasıyla gram üzerinden hesaba yatırılması gibi yollarla kadınların biriktirdikleri altınları kredi ve mevduat hesapları için kullanmalarını mümkün kılıyor.
- Sektörde bir ilk olan NET Tasarruf Hesabıyla 300 bin müşterisinin birikim alışkanlığı edinmesine aracı oluyor. Garanti BBVA ayrıca Türk vatandaşlarını tasarrufa yönlendiren devlet destekli Çeyiz Hesabı ve Konut Hesabı ürünlerini müşterilerinin

hizmetine sunuyor.

- Garantili Gelecek, Bonus Genç ve Emekli Bankacılığı Programı gibi her yaşta müşteriye yönelik olarak segmente özgü programlar ve ürünler sunuyor.
- Engelli Dostu Bankacılık ile engelli müşterilerin şube ve Garanti BBVA ATM'lerden hizmet alabilmesini kolaylaştıran ve hem fiziksel hem de finansal özgürlüklerine katkıda bulunan çalışmalar yürütüyor. Garanti BBVA'nın, engelli müşterilere daha iyi hizmet sunmak için geliştirdiği web-tabanlı İşaret Dili eğitimini tamamlayan çalışan sayısının on bini aşkın olmasından memnuniyet duyuyor. 2019 yılında Garanti BBVA 5.214 adet engelli dostu Garanti BBVA ATM ile hizmet sundu. Görme engelli müşteriler için Garanti BBVA ATM'lerin erişilebilirliği artırılarak kredi kartı borç ödemelerinin görme engelliler için hazırlanan menüden yapılabilmesi sağlandı.
- 2019'da da Garanti BBVA, iletişim tasarımını "Şeffaf, Açık ve Sorumlu Bankacılık" ilkeleri çerçevesinde yapılandırdı. Bu kapsamda, sözleşmeler, formlar ve bilgilendirme iletileri gibi müşteri iletişimlerini, daha anlaşılır ve müşterilerinin ihtiyaçlarına uygun olması için gözden geçirdi. Ürün ve hizmetleri daha açık ve anlaşılır şekilde özetleyerek karar alma aşamasında müşterilerine destek olmak için "Ürün Özet Dokümanları" tasarladı. 2019 yılında, POS, Bonus Business, Tamamlayıcı Sağlık Sigortası ve Shop&Fly Business ürünlerinin dokümanlarını müşterileriyle paylaşmaya başladı. 2020 yılında da farklı ürünler için ürün özet dokümanları çalışmalarına devam edecek. Yine bu ilkeler çerçevesinde, tüm çalışanlar, müşterilerle merkezi ve yüz yüze iletişimlerde gerekli bilgilerin tamamını anlaşılır bir şekilde verebilmelerine destek olmak amacıyla hazırlanan eğitim videolarını izledi.
- Müşteri ve sektör talepleri baz alınarak



güncellenen Garanti İskonto (Tedarikçi Finansmanı Sistemi) ürünüyle Garanti BBVA, sektörün öncü bankası konumunda olmaya devam ediyor. 2019 yılı içerisinde yeni fonksiyonları devreye alınan Garanti İskonto sayesinde daha fazla müşteriye temas ederek, işletme sermayelerini daha da efektif kullanabilmeleri için çözüm sunmayı hedefliyor. Ekstra teminat vermeksizin finansman imkanı sunan iskonto ürünleriyle birlikte müşterilerin nakit akışlarına katkıda bulunmaya devam ediyor ve kısa dönemdeki finansman ihtiyaçlarını karşılıyor.

→ Doğrudan Tahsilat Sistemi ürünüyle müşterilerin ticari faaliyetlerini sağlıklı finansallarla birlikte sürdürmesine katkıda bulunuyor. Müşterilerin nakit akışlarını şeffaf bir şekilde izleme ve yönetmelerini sağlayan ilgili sistemde, müşterilerin talepleri de dikkate alınarak geliştirmeler yapıldı. Bu süreçte müşterilerin dosya yükleme, ilgili dokümanların doldurulması ve fiyatlama konusundaki talepleri karşılandı. Uçtan uca dijitalleştirilmiş, kullanıcı dostu bir sistem oluşturulması süreci için 2020 yılı içerisinde çalışmaların tamamlanması bekleniyor.

## ÖNGÖRÜLER

Garanti BBVA, müşterilerini kendileri için daha sağlıklı finansal kararlar vermeleri için cesaretlendirmek ve desteklemek amacıyla akıllı çözümler geliştirmeye devam edecek. Bu kapsamda, benimsediği çevik iş yapış biçimine de uygun olarak, daha deneysel metotlar uygulamayı ve çözümlerini daha interaktif bir şekilde müşterilerle test edip hayata geçirmeyi de planlıyor.

Önümüzdeki yıllarda engelli dostu Garanti BBVA ATM ve şube ağının genişletilmesi gibi farklı çözümlerle herhangi bir bankanın müşterisi olmayan ve bankacılık

hizmetlerine yeterli erişimi olmayan kişilerin finansal hizmetlere daha yüksek bir oranda ulaşmalarını sağlayan hizmetler sunmaya devam edecek.

Garanti BBVA'nın müşterilere karşı her zaman "şeffaf", "açık" ve "sorumlu" bir yaklaşım biçimi benimseyen ilkesi, müşteri deneyimini iyileştirme ve bilinçli kararlar vermelerine yardımcı olma stratejisinin temel bir unsuru olarak kalacak.

## MÜŞTERİLERE İŞLERİNİ SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR ŞEKİLDE BÜYÜTMELERİNDE DESTEK OLUNMASI

Garanti BBVA, ekonominin sürdürülebilir kalkınmasında kilit rol oynayan KOBİ'lerin, kadın girişimcilerin ve girişimcilerin finansal ihtiyaçlarına çözümler üretmenin yanı sıra hem büyümelerini ve sürdürülebilirliklerini desteklemeyi, hem de çevre, toplum ve etik alandaki performanslarını geliştirmelerine yardımcı olmayı hedefliyor. Bu kapsamda insan kaynağı ve entelektüel sermayesinden de yararlanarak eğitimler ve danışmanlık hizmetleri veriyor, çeşitli platformları müşterilerinin kullanımına sunuyor ve iş birlikleri kuruyor. KOBİ'lerin ekonomik sürdürülebilirliğine sunduğu destek ile dolaylı yoldan istihdam fırsatları da yaratıyor ve Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınmasına katkıda bulunuyor.

En iyi uygulamalara paralel olan sağlam çevresel ve toplumsal risk değerlendirme süreci sayesinde başta kurumsal ve ticari segment olmak üzere tüm müşterilerine finansal olmayan risklerinin yönetiminde destek oluyor.

## 2019 FAALİYETLERİ

Mali durumlarını ve işlerini yönetme

konusunda destek sunmaya yönelik çeşitli yenilikçi Garanti BBVA platformları, müşterilerin işlerini sürdürülebilir bir şekilde büyütmelerine ve yeni gelişmeler karşısında esnekliklerini artırmalarına yardımcı oluyor. Teşvikbul, Şirketkur, MarkaOl, Teknosor, Garantili İşler gibi, KOBİ'lerin çeşitli ihtiyaçlarına hitap eden ve büyümelerine katkıda bulunan bilgilendirme hizmetleri sunuyor.

Garanti BBVA, Türkiye'deki girişimcilik ekosisteminin gelişmesine yardımcı oluyor ve yatırım çekme ve büyüme potansiyeli olan erken aşama girişimlerin desteklenmesini ve hızlandırılmasını amaçlıyor. Garanti BBVA Partners Girişim Hızlandırma Programı ile her ölçek ve sektörden erken aşama girişimleri, KOBİ'leri ve büyüyen girişimleri destekliyor. Program kapsamındaki girişimlere sağlanan ofis ortamı, mentorluk, iş ağı kurma, pazarlama ve eğitim destekleri ile oluşturulan bütünsel destek mekanizması kapsamında girişimcilik döngüsünün her aşamasında çok yönlü ve farklılaşan hizmetler sunuyor. Garanti BBVA Partners, bu yıl 15 girişimciye ev sahipliği yaptı ve Program'a dahil olan girişimcilerin aldığı toplam yatırım tutarı 20 milyon TL'yi aştı.

Garanti BBVA, BBVA'nın globalde yürüttüğü BBVA Momentum Sosyal Girişimcilik Programı'nı Türkiye'de de gerçekleştirdi. Türkiye'de bir finans kurumu tarafından yürütülen ilk sosyal girişimcilik programı olan BBVA Momentum Sosyal Girişimcilik Programı, sürdürülebilir bir iş modeli ile daha yüksek sosyal etki yaratmak isteyen sosyal girişimcilere katkı sağlamayı amaçlıyor. Impact Hub İstanbul iş birliği ile gerçekleştirilen programa katılmaya hak kazanan girişimler, ihtiyaçlarına yönelik tasarlanan, yönetim bilimleri okulu IE

Business School tarafından verilen online eğitimler ve diğer sınıf içi eğitimlere ek olarak birebir mentorluk ve uzman desteğinden faydalanıyor. Bunun yanı sıra, Garanti BBVA Momentum programına katılan girişimciler, birbirinden farklı ölçek ve sektörlerde faaliyet gösteren girişimcilerle deneyimlerini paylaşma ve uluslararası işbirlikleri kurma şansına da sahip oluyor.

Kadın girişimcilerin finansman kaynaklarına erişimini kolaylaştırıyor, sürdürülebilirliği sağlamak için Kadın Girişimci Yönetici Okulu gibi ücretsiz eğitim iş birlikleri gerçekleştiriyor ve Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması ile potansiyellerini gerçekleştirmelerini teşvik ediyor. Bugüne kadar 10.250 kadının katılımıyla gerçekleştirilen Kadın Girişimci Buluşmaları ve Girişimci Kadın Buluşmaları ile kadın girişimcilerin ihtiyaç duydukları bilgi ve deneyim aktarımıyla yeni iş birlikleri kurmaları ve yeni pazarlara açılmalarına katkı sağlamayı amaçlıyor. Kadın Girişimci Yönetici Okulu projesinin SROI değeri (yatırımın sosyal getirisi) 5 olarak tahmin ediliyor.

Garanti BBVA, yurt dışı borçlanma programı çerçevesinde Dünya Bankası grubu üyesi IFC (International Finance Corporation) ile kadın girişimcilerin finansmanında kullanılmak üzere 6 yıl vadeli 75 milyon ABD doları tutarında sosyal bono ihraç etti. IFC'yle yapılan anlaşma çerçevesinde Goldman Sachs'ın 10.000 Kadın Programı'nın katkısıyla da ihraç edilen bono, Türkiye'de sadece kadın girişimcilerin kullanımına yönelik ilk sosyal bono oldu. Bunun yanı sıra gelişmekte olan ülkeler içerisinde bir özel bankanın gerçekleştirdiği ilk sosyal bono olma özelliğini taşıyor.

Bunun yanında kadın girişimcileri desteklemek amacıyla, Türk Eximbank ile 2019 yılında Kadın Girişimci İhracat Destek

Kredisi protokolü imzalandı.

Garanti BBVA, bu yıl da hem iç paydaşları hem de uluslararası finansal kurumlar, müşteriler ve sivil toplum kuruluşları gibi dış paydaşları ile Türkiye'de yenilikçi çevresel, sosyal ve yönetim uygulamaları ve şirketlerde kadın ve erkek çalışanlara eşit fırsatlar sunulmasına destek olan sürdürülebilir finansman ürünleri, dijitalleşme, şeffaflık ve finansal olmayan raporlamaya ilişkin yeni trendler hakkında bilgi paylaşımı yapmaya devam etti.

Aynı zamanda Banka, 2019 yılında, ana sponsoru ve destekçisi olduğu CDP Türkiye Çalıştayı, Sürdürülebilir Finans Forumu gibi etkinliklerde, Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimi gibi kurucu imzacısı olduğu uluslararası ilkelerin lansman toplantılarında ve yıl içinde katıldığı iki canlı yayında da ulusal ve küresel sürdürülebilir trendler, sürdürülebilir tahvil ve kredi piyasaları, uluslararası prensipler ve en iyi çevresel ve sosyal risk yönetimi ile ilgili en güncel konular hakkında bilgi paylaşımını sürdürdü.

Bu çerçevede, 2019 yılı içinde toplam 11 ayrı etkinlikte 15 farklı başlık ele alınarak, kurumsal ve ticari müşteriler ile finansal kuruluşlar birebir bilgilendirildi.

Aynı zamanda Kurumsal Bankacılık ekiplerinin, müşterilere sürdürülebilir tahvil ve kredi piyasaları ve yenilikçi sürdürülebilir finans ürünleri hakkında daha kapsamlı destek verebilmesi için eğitimler gerçekleştirildi.

Çevresel ve Sosyal Kredi Politikaları çerçevesinde, müşterilerin çevresel ve sosyal risk yönetimi süreçlerinin iyileştirilmesi ve takibi kapsamında 2019 yılında, Garanti BBVA

tarafından kurumsal ve ticari müşterilere toplam 29 ziyaret gerçekleştirildi. 2018 yılında devreye alınan ve Ekvator Prensipleri gibi uluslararası uygulamalara paralel bir şekilde çevresel ve sosyal risk yönetim sistemini bir adım ileriye taşıyan, yeni İş Sağlığı ve Güvenliği (İSG) Risk Yönetimi Sistemi ile 2019 yılında kurumsal ve ticari müşterilerin İSG konularında en iyi uygulamalar hakkında da bilgilendirilmesi devam etti. Gerçekleşen 29 saha ziyareti ve toplantılarda, çevresel ve sosyal konular kapsamında, İSG risklerinin yönetimine de değinildi.

### ÖNGÖRÜLER

Garanti BBVA 2020 yılında ve diğer yıllarda da, kapasite geliştirme çalışmalarında, girişimcilik, dijitalleşme, sürdürülebilir finans ve iklim değişikliği ile mücadele ile çevresel ve sosyal risk yönetimi konularını öne çıkarmaya devam edecek. Paydaşların bilgi ve deneyimlerini paylaşmalarını sağlayan zirve ve toplantılar düzenlenmesi ve ortaya çıkan yeni trendlerle ilgili bilgilendirici eğitimlerin verilmesi müşterilere sunulan destekte kilit rol oynamaya devam edecek. Ortaklıklar ve ihtisaslaşmış ekipler kurarak sürdürülebilir finans ve dijitalleşme gibi konularda teknolojik altyapıdan da faydalanarak teknik destek verilmesi de önümüzdeki yıllarla ilgili yol haritasının bir parçası olacak. Müşterilerin çevresel ve toplumsal eğilimler konusunda bilgilendirilmesi önemli bir yer tutmaya devam edecek.

Kapasite geliştirme çalışmalarının kurgulanmasında Birleşmiş Milletler bünyesindeki platformlar gibi uluslararası mevcut kanal ve platformlardan yararlanılacak.