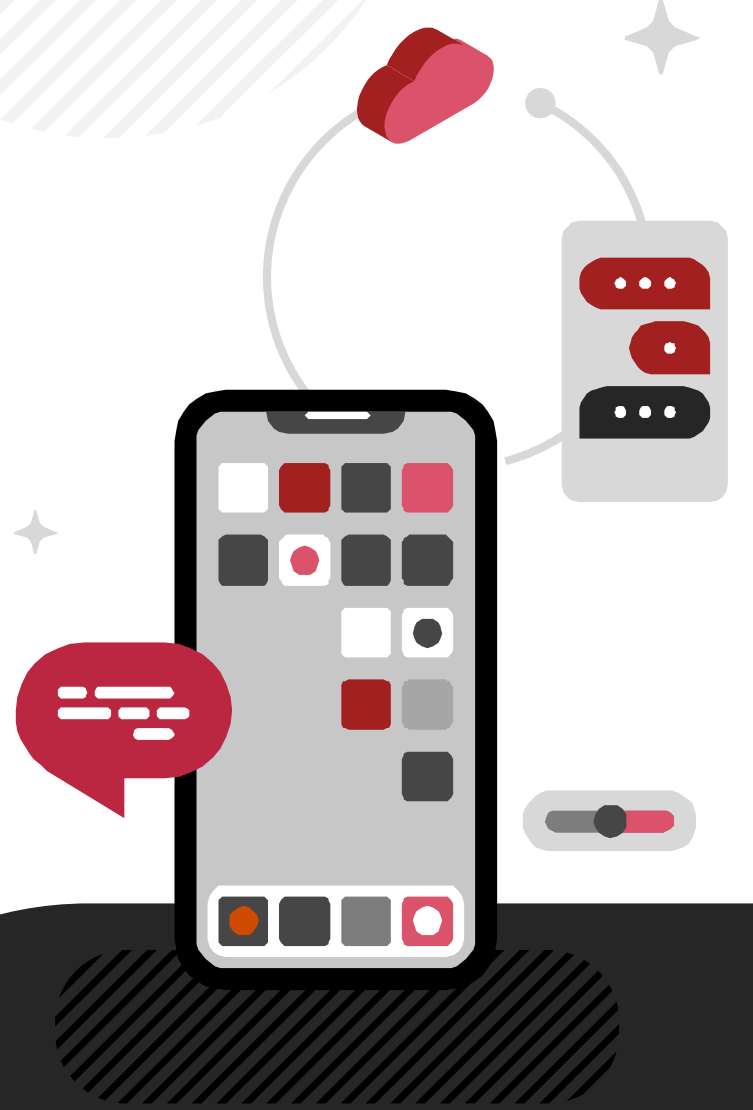

Süper Uygulamalar

Aralık 2020



Süper Uygulamalar

- 2020 yılı tüm dünyada ve Türkiye'de finansal hizmetler, perakende, lojistik ve farklı sektörlerde önemli bir değişim, dönüşüm ve sıçramanın yaşandığı bir yıl oldu.
- Pandeminin çok büyük etkisi olduğu bu değişim çerçevesinde birçok sektörde yeni oyuncular ve iş modelleri ortaya çıktı.
- Tüm dünyada yaşanan bu değişim Türkiye'de de kendisini gösteriyor.
- Son dönemde Türkiye'nin farklı sektörden önemli oyuncuları uygulamalarına farklı fonksiyonlar ve diğer sektör entegrasyonları yapıp, Süper Uygulama yoluna giriyorlar.



Süper Uygulama nedir?

Kullanıcılara hangi avantajları sunuyor?

- İlk jenerasyon akıllı telefonlar yalnızca temel birkaç uygulama sunuyordu.
- Bugün ise akıllı telefonlarımızdaki uygulamalarda günde yaklaşık 3 saat geçiriyoruz.
- COVID ile hayatımıza giren sosyal mesafe ve kısıtlamalarla birlikte uygulamalarda geçirilen zaman ~%25 artmış durumda.
- Cep telefonlarımızda mobil bankacılık, dijital cüzdan, e-ticaret, toplu taşıma gibi birçok uygulama kullanıyoruz.
- Tüm bu işlemleri tek bir uygulamadan yapmak mümkün mü?
- Süper Uygulamalar bu noktada kullanıcılara çok büyük kolaylık sağlıyor:
 - Tek bir uygulamadan tüm işlemleri entegre bir şekilde yapabilme
 - Tek bir yerden ödeme ve kimlik yönetimi
- Ve daha da önemlisi Süper Uygulamalar kişisel ihtiyaçlarımıza göre şekil alabiliyor.



Süper Uygulamalar, tek bir uygulama ile birden fazla fonksiyon sunuyor

Bu uygulamaları ve ödeme hizmetlerini birbirine bağlayan açık bankacılık ve API'ler büyük önem taşıyor.

Uygulama ekosistemin önemini WeChat'in ve AliPay'in yarattığı Süper Uygulama içindeki **Mini Uygulama** tarafında da görebiliyoruz.

Örneğin WeChat'in 1 milyondan fazla **Mini Uygulaması** bulunuyor!



Geleneksel Uygulamalar

Tek fonksiyona hizmet sağlayan münferit uygulama



Uygulama Paketleri

Benzer fonksiyonlara sahip ve birbirleri ile entegre olabilen bağımsız uygulamalar



Süper Uygulama

Birden çok fonksiyona hizmet sağlayan tek uygulama






Süper Uygulama (+ Mini Uygulamalar)

Bağımsız üçüncü şahıs uygulamaları içerebilen birden çok fonksiyona hizmet sağlayan tek uygulama



Aylık aktif kullanıcı ve sunduğu hizmet yelpazesi ile en başarılı Süper Uygulama örneklerinden biri: WeChat

Süper Uygulama hizmet karşılaştırmaları

	 WeChat Aylık Aktif Kullanıcı (1 milyar +)	 Alipay Aylık Aktif kullanıcı (550 milyon +)	 Meituan Aylık Aktif Kullanıcı (100 milyon +)
Mesajlaşma	✓		
E-cüzdan	✓	✓	✓
E-ticaret	✓	✓	✓
Teslimat (hazır yemek, gıda, vb.)	✓	✓	✓
Şehir-içi kurye hizmetleri	✓	✓	✓
Toplu taşıma e-bilet	✓	✓	
Araç paylaşımı	✓	✓	✓
Bisiklet paylaşımı	✓	✓	✓
Seyahat / konaklama rezervasyonu	✓	✓	✓
Fatura ödemeleri	✓	✓	
E-devlet hizmetleri	✓	✓	
Sağlık ve sigorta hizmetleri	✓	✓	

Not: Aktif kullanıcı adetleri Mart 2020 itibariyledir

Kaynak: techinasia.com, Strategy& analizi

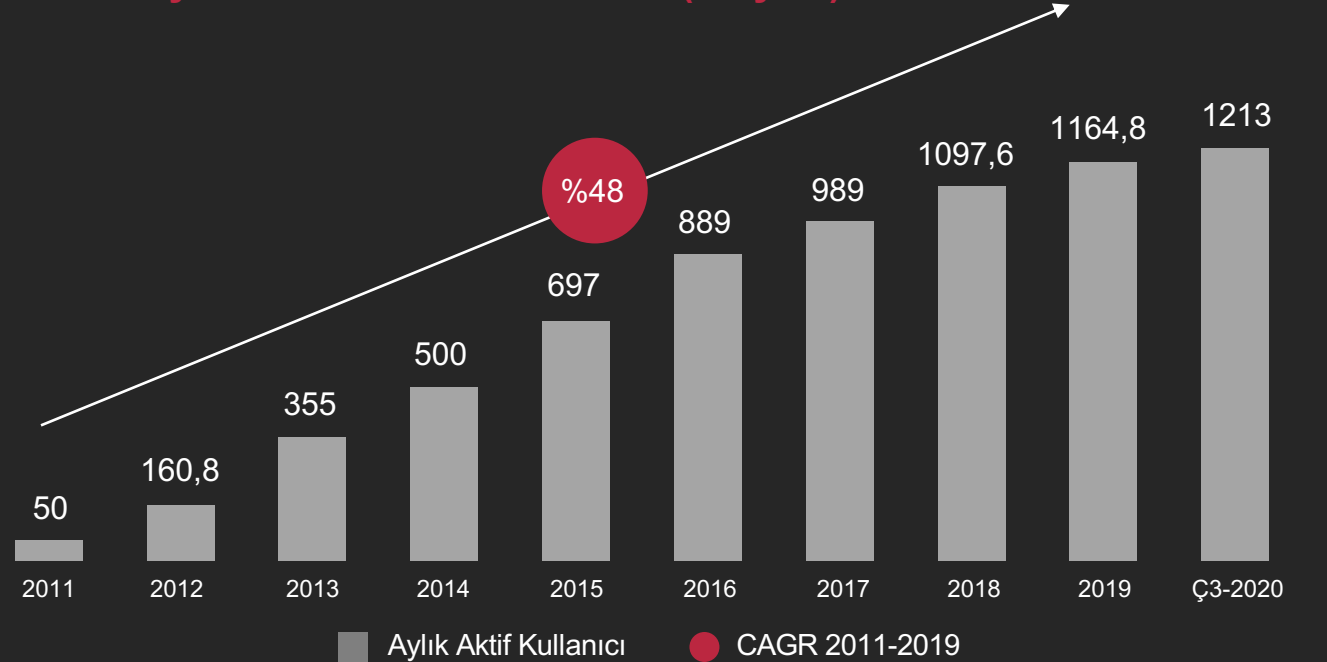
Yükselen Süper Uygulamalar

- Süper Uygulamaların odağında finans ve ödeme bulunuyor.
- Asya'da öne çıkan örnekler:



WeChat, 2011-2019 arasında yıllık %48 büyüme ile günümüzde aylık bir milyardan fazla aktif kullanıcıya hizmet veriyor.

WeChat Aylık Aktif Kullanıcı Adedi (Milyon)



Süper Uygulamaların yaygınlaşması bekleniyor mu?

Gelişim hikâyeleri

- **Meituan** bir restoran uygulaması olarak başladı.
- Şimdi Çin'de en çok otel rezervasyonu yapılan uygulama.

Batı'da örnekler daha az

Whatsapp alışveriş işlemlerini kolaylaştırmak için **Carts** uygulamasını duyurdu.

Yaygınlaşma

- Araştırmalara göre tüketicilerin **%80**'den fazlası **Süper Uygulamalara** ilgi gösteriyor.
- Her pazarın dinamiklerini ayrı ele almak gerekiyor.

Meituan hizmet ağına yeni seçenekler ekleyerek sunduğu hizmet yelpazesini genişletmeye devam ediyor.

Meituan Hizmet Gelişimi



Süper Uygulamalar ne gibi riskler taşıyor?

Şirketler neden Süper Uygulamaları yakından takip etmeli? Hangi stratejileri geliştirmeli?

- Farklı sektörlerdeki şirketler yeni oyuncuların arkasına itilmeye başladı.
- Bu çerçevede şirketler Doğu'yu iyi takip etmeli, Batı'yı iyi okumalı.
- Sadece şirketler bunu bir fırsata çevirebilir.

Süper uygulamalar tüm sektörlerde, ödeme ile birlikte entegre hizmetler sunuyor:

- Çin - WeChat
- Japonya - LINE (LINE Pay)
- Güney Kore - KakaoTalk (Kakao Pay)

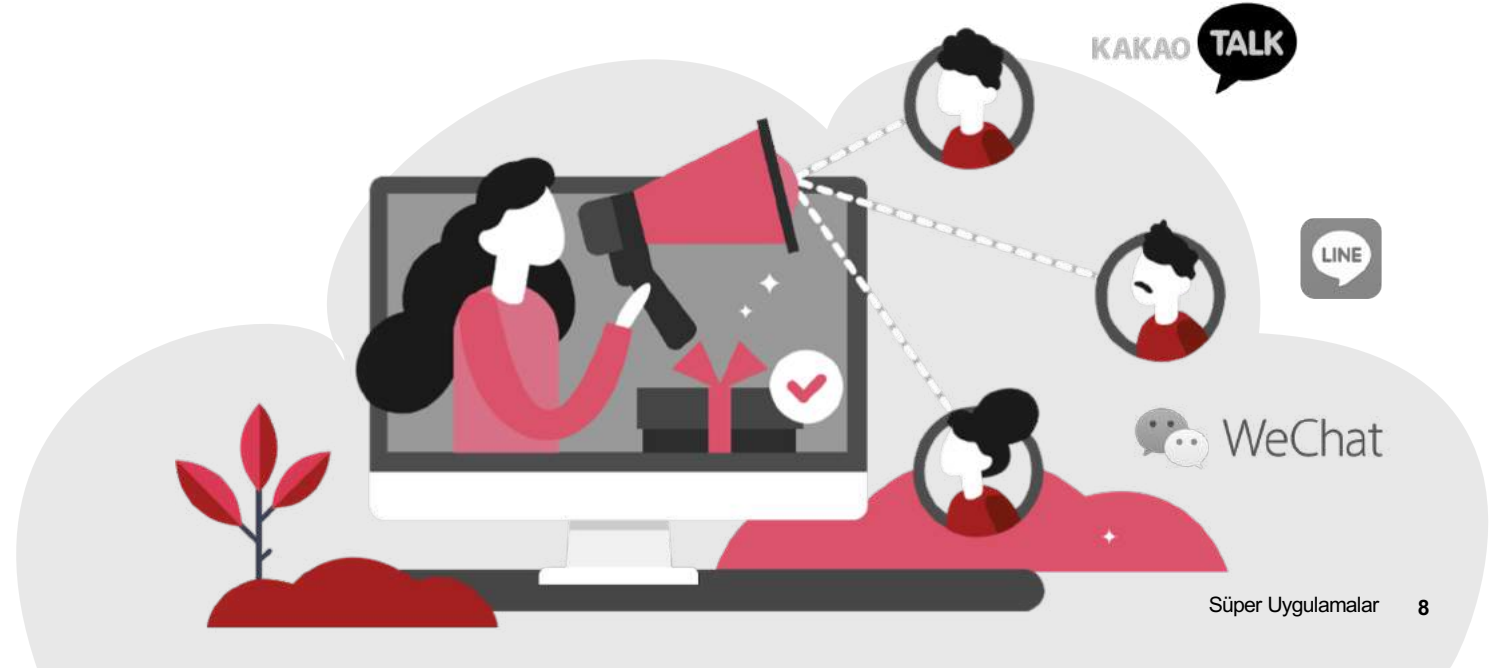
Şirketlerin dikkate alması gereken önemli konular:



Müşteri ilişkisinde arka planda kalmamak



Müşteri verisini etkin kullanabilmek



Süper Uygulamaların en büyük gücü: Müşterilere ait büyük veri birikimi

Geleneksel bankalar, ellerindeki veriyi aynı verimlilikte işlemede güçlük çekiyor mu?

Bu veriler benzer şekilde kullanılabilir mi?

- Süper Uygulamalarda ciddi bir veri birikimi bulunuyor.
- Diğer yandan bankaların, telekom operatörleri ve sadakat programlarının verisini de küçümsemek gerekiyor.

Esas soru şu: Bu veri ne şekilde değerlendiriliyor?

Şirketlerin elinde çok değerli bir veri kaynağı bulunuyor.



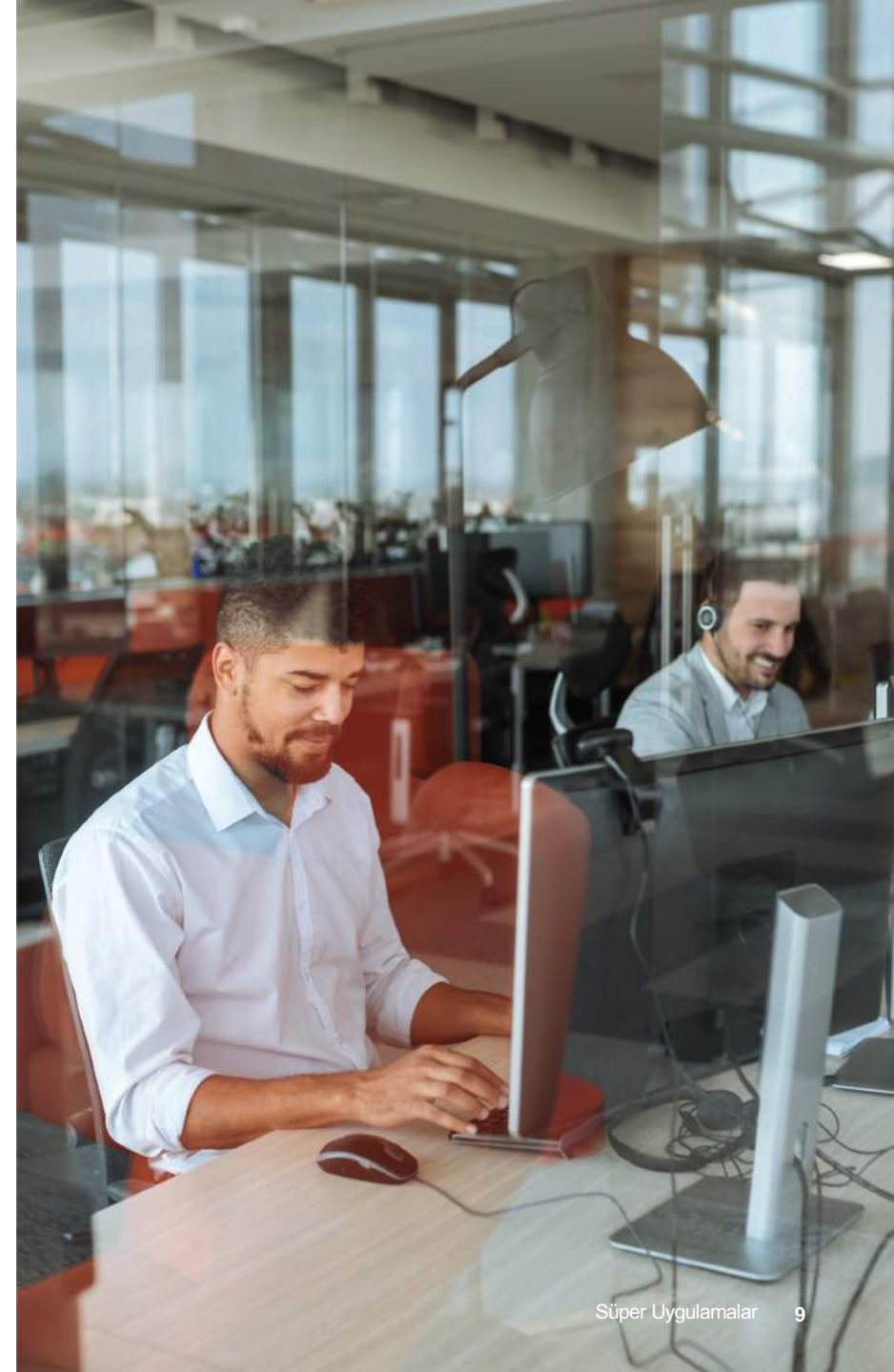
Müşteri ihtiyaçlarını daha iyi anlayıp daha iyi teklif, öneri ve çözümler sunmak



Kullanım bilgilerine dayanarak daha iyi hizmet teklifleri götürmek



Operasyonel süreçlerini iyileştirmek



Türkiye'de Süper Uygulamalar var mı?



Ülkemizde hızla gelişen bir alan



Rekabet artıyor



Yatırımlar hızlandı

- E-ticaretin önemli oyuncularını
- Büyük bankalar
- Yemek sipariş sağlayıcıları
- Telekom operatörleri

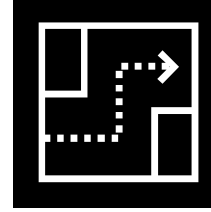
Bazı şirketler;

- Konuya uzak duruyor
- Stratejileri net değil
- Veya müşteri gözüyle bakmıyor

Şirketler Süper Uygulamalarla rekabet edebilmek için hangi adımları atmalı?

Şirketlerin Süper Uygulamalar ile rekabetinde hem yurt içinde hem de yurt dışında güzel örnekler var.

Süper Uygulamalar bankalar ve farklı sektördeki şirketler için tehdit gibi görünse de esasında bu bir fırsat.



Stratejilerine karar vermeliler:



Lider bir konumda mı olacaklar?



Ekosistemin aktif bir oyuncusu mu olacaklar?



Veya arka planda sadece hizmet mi sunacaklar?

Proaktif davranmaları gerekiyor

En büyük başarı faktörleri; müşteri ihtiyaçlarını anlamak ve müşterilere özel bir değer önerisi sunabilmek.

Başarıya giden yolda, yemek siparişi, alışveriş, ulaşım kadar genişleyen bir ekosistemin kurulması şart.

Şirketlerin ileriye dönük bazı kritik sorulara cevap bulmaları ve somut adımlar atmaları gerekiyor

Şirketler için atılması gereken adımlar

- 1 Şirketler stratejisini ve pazardaki oyun tarzını net belirlemeli
- 2 Değer zincirinde alacağı konumu netleştirmeli
- 3 Pazardaki sunacağı hizmetleri belirlemeli
- 4 Hizmetleri sunmak için mevcut ve ileriye dönük yetkinlikler geliştirmeli
- 5 Rekabete göre farklılaştırıcı ve daimi kalıcı hamlelerini belirlemeli
- 6 Başarılı olmak için ekosistemini yaratmalı
- 7 Veri birikimlerini gelir, müşteri memnuniyeti ve operasyonel verimlilik artırmak için kullanmalı



Doğru stratejiyi çizen, müşteri verisini doğru analiz edebilen ve doğru ekosistemi yaratabilen kazanacak.



Kağan Karamanoğlu

Strategy& Türkiye Lideri

kagan.karamanoglu@strategyand.tr.pwc.com
0212 326 6309



Soner Canko

Strategy& Türkiye Kıdemli Yönetici Danışmanı

soner.canko@strategyand.tr.pwc.com
0212 376 5365



Ozan Cığızoğlu

Strategy& Türkiye Direktör

ozan.cigizoglu@strategyand.tr.pwc.com
0212 351 2341

strategyand.pwc.com