

GENÇLER ÖDEMELERİNİ SOSYAL MEDYA ARACILIĞIYLA GERÇEKLEŞTİRMEK İSTİYOR

ING Grubu, “Mobil Bankacılık, Sosyal Medya ve Finansal Davranışlar” konulu bir araştırmaya imza attı. 12 Avrupa ülkesinde gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre, mobil bankacılık gençler arasında oldukça popüler. Türkiye’de gençlerin yüzde 51’i ödemelerini sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirmek istiyor.

ING Grubu tarafından gerçekleştirilen “Mobil Bankacılık, Sosyal Medya ve Finansal Davranışlar” konulu araştırma IPSOS ile birlikte İngiltere, Hollanda, Almanya, Polonya, Avusturya, Romanya, Türkiye, İtalya, İspanya, Fransa, Lüksemburg ve Belçika’da bireysel ve potansiyel müşterilerinin harcama, birikim ve yatırım alışkanlıklarını daha iyi anlayarak onların tutum ve davranışlarındaki farkındalığı ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirildi.

Ülkeler arasında tutum, farkındalık ve davranış farkı var

Araştırmaya göre, mobil bankacılığı kullanan insanlar, paralarını yönetirken kendilerini daha fazla “kontrol” sahibi hissediyorlar. Nakit kullanımı ise kişinin ne kadar harcadığını bilmesini sağladığından, yine kişideki kontrol mekanizmasını harekete geçiriyor. Ankete göre, 12 Avrupa ülkesinden katılımcıların yüzde 33’ü nakit ödemede, kredi kartı ile yaptıkları ödemeden daha güvende hissediyorlar. Bu oran Türkiye’de yüzde 51 olarak ortaya çıkarken, Avusturya’da ise yüzde 19. Bu durum ülkeler arasındaki tutum, farkındalık ve davranış farkını gösteriyor.

Bankacılıkta sosyal medya kullanımı

Araştırmaya katılanların yüzde 39’u sosyal medyayı bankayla ilgili olarak genel bilgi almak için kullanırken, bu durumu yüzde 32’lik bir oranla şikayet etme amaçlı kullanım ve yüzde 31’lik oranla yardım alma ve banka çalışanıyla iletişime geçmek için kullanım yer alıyor. Çıkan sonuçlara göre, bankaların ürün ve hizmetlerini sosyal medya üzerinden paylaşmaları, ankete katılanlar tarafından çok fazla ilgi görmüyor. Bankaların tasarruf hakkında verdikleri ipuçları, katılımcıların bankalardan beklentileri arasında listenin en yukarisında yer alıyor. Katılımcıların yüzde 70’i ise bankaların, sosyal medyayı kullanarak tasarruf ipuçları vermesi gerektiği konusunda hemfikir.

“Bankaların ödemeleri sosyal medya aracılığıyla mümkün kılmasını bekliyorum”

Genç nüfusta ödemelerin sosyal medya aracılığıyla yapılması beklentisi yüksek. Romanya’da gençlerin yüzde 57’si, Türkiye’de yüzde 51’i “Bankaların ödemeleri sosyal medya aracılığıyla mümkün kılmasını bekliyorum” ifadesine katılıyor. Araştırmanın gerçekleştirildiği 12 Avrupa ülkesinde bu ifadeye katılan gençlerin ortalaması yüzde 33 iken, Hollanda, Fransa ve Avusturya’da gençlerin tutumunun farklı olduğu ortaya çıkıyor.

“Mobil bankacılığı kullanmıyorum çünkü...”

Mobil bankacılığı kullanmama sebepleri arasında Avrupalılar’dan gelen en popüler yanıt, akıllı telefon veya tablete sahip olmamak, ikinci olarak güvenlik korkusu geliyor.

ING Grubu, Bankacılık, Sigorta ve Varlık yönetimi alanlarında faaliyet göstermekte olan dünya çapında bir finansal hizmetler şirkettir. ING Grubu, 40’tan fazla ülkede 93 bin çalışana ve 66 milyon müşteriye sahiptir. Her zaman değişime öncülük eden ING Grubu, tüm dünyada faaliyet gösterdiği ülkelerde üretime, girişimcilğe, yenilikçiliğe, yaratıcılığa güç katmak hedefini taşımaktadır. Sürdürülebilirliği iş modelinin ana prensibi olarak gören ING Grubu, faaliyet gösterdiği toplumlarda çocukların eğitimi, finansal eğitim ve çevre koruma alanlarında birçok program hayata geçirmektedir. UNICEF ile küresel işbirliğinin 6. yılını dolduran ING Grubu, ‘ING ChancesforChildren’ programı kapsamında çocukların eğitime erişimini sağlamaktadır. Küresel sorumluluk standartlarına uyumu FTSE4Good ve Dow JonesSustainability Index gibi kurumlarca da tescillenen ING Grubu 2006 yılında Küresel İlkeler Sözleşmesi Global Compact’a da imza atmıştır. ING Grubu 2007’den beri faaliyetlerini sıfır karbon ayak izi ile sürdürmektedir.

Manifesto İletişim

Zuhal Gürdamar/ zuhal@manifesto.tc / 0507 7898905

Muzaffer Ergun/ muzaffer@manifesto.tc / 0507 7898921