

Banka Uygulamaları UX karşılaştırması (UX benchmark)

Online Müşteri Olma (Digital Onboarding)

Ekim 2023

Neden bu raporu hazırladık ?

Neden bu raporu hazırladık ?

Banka uygulamaları konusundaki tecrübemiz

6

Yıl

9

Banka

65+

Araştırma

Sektörden gelen taleplere bütünlüklü bir cevap vermek

- **Nesnel Karşılaştırma**
- **Güvenilirlik / Tarafsızlık**

Neden bu raporu hazırladık ?

- Rekabet içindeki yerinizi öğrenin
- Diğer bankalarda olup sizde olmayan neler var?
- Online müşteri olma yolculuğundaki başarılı uygulamalarınız ve UX problemlerinizi neler?
- Tüm bankaların sorun yaşadığı tasarım elemanları neler?
- Deneyimi bölen ve süreci sekteye uğratan unsurlar neler?
- Bankalar görüntülü görüşmede hangi bilgileri soruyor?
- Bankaların online müşteri olma yolculuğunda sundukları teknolojik yetkinlikleri neler?
- Bankaların UX Performans Puanı, yolculuk adım puanları ve komponent puanları neler?
- Bankaların yolculuk tamamlama süreleri neler?

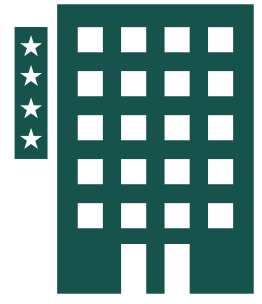
(yolculuk tamamlama süresi her bir banka için 1 katılımcı ile test edilerek ölçülmüştür)

Yöntem ve Kapsam

Yöntem ve kapsam

Uzman değerlendirme

Türkiye’de faaliyet gösteren ve mobil uygulama üzerinden online müşteri olma hizmeti sunan bankalar arasından belirlenen 20 bankanın; **online müşteri olma** yolculuklarının, kullanılabilirlik problemleri ve başarılı unsurları, uzman değerlendirme yöntemi ile tespit ederek skorlanmıştır.



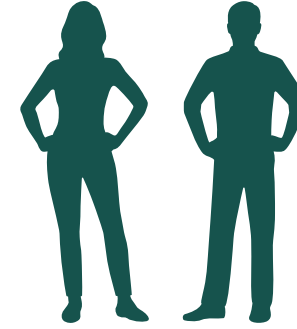
20

banka



1900+

ekran



6

uzman



1300+

saat



186

kontrol
maddesi

Yöntem ve kapsam

20

banka

1	Akbank
2	Albaraka Türk
3	Alternatif Bank
4	Burgan Bank
5	Deniz Bank
6	Enpara
7	Fibabanka
8	Garanti BBVA
9	Halkbank
10	HSBC
11	ING
12	İş Bankası
13	Kuveyt Türk
14	Odeabank
15	QNB Finansbank
16	TEB
17	Türkiye Finans
18	Vakıfbank
19	Yapı Kredi
20	Ziraat Bankası

- Araştırma kapsamındaki tüm bankaların mobil uygulama üzerinden **online müşteri olma yolculukları baştan sona deneyimlenmiştir.**

- Ayrıca tüm bankaların online müşteri olma yolculukları bir kullanıcı ile birlikte test edilerek görev tamamlama durumu, görev süresi, müşteri temsilcisi görüşme süresi analiz edilmiştir.

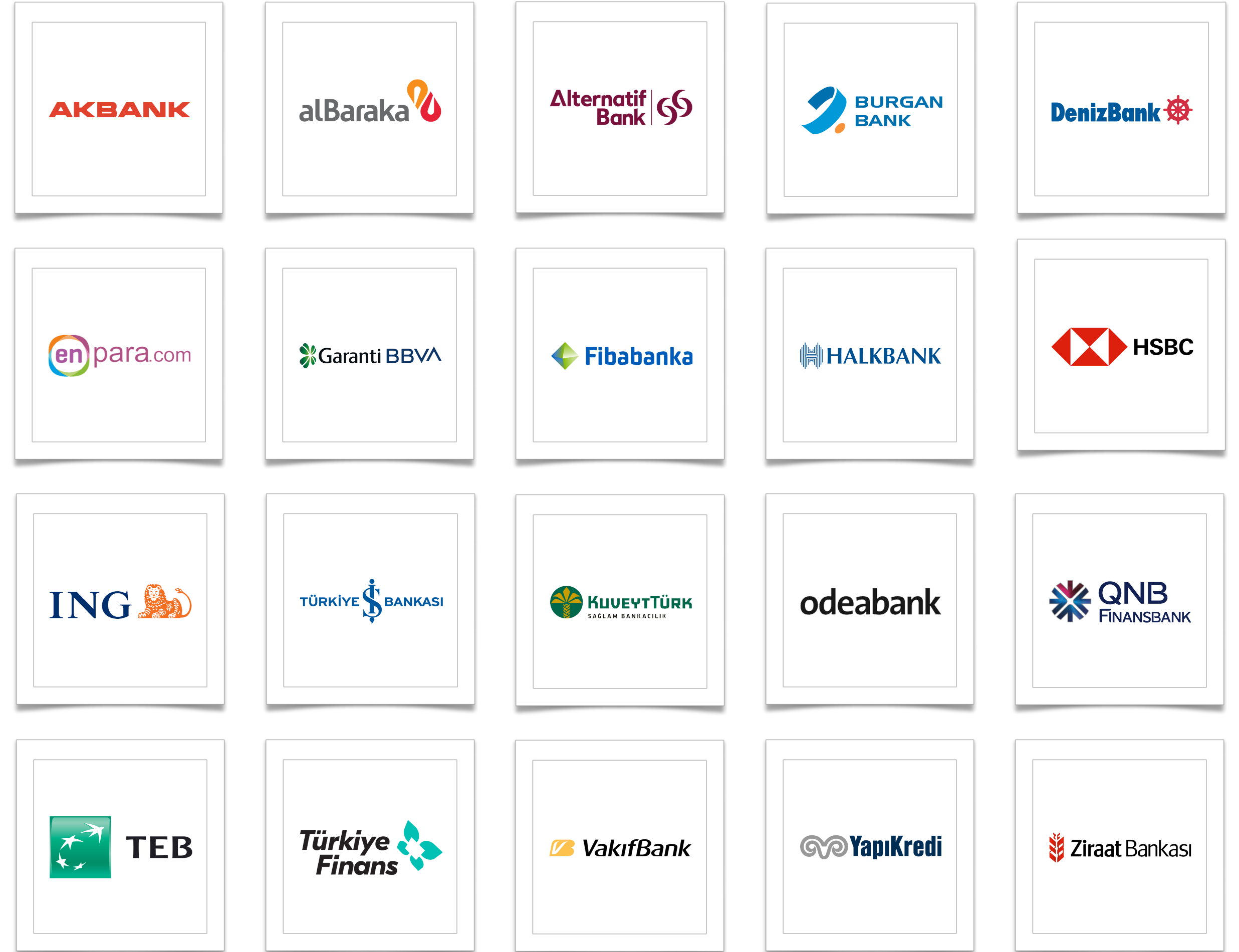
Değerlendirme

Adımlar

Bankaların online müşteri olma yolculukları birbirinden farklı adımlara ve sıralara sahiptir. Ancak **karşılaştırmalı bir analiz yapabilmek için** tüm bankaların süreçleri **13 adım** altında değerlendirilmiştir.

Komponentler

Tüm süreç boyunca kullanıldığı gözlemlenen **12 UX/UI komponenti**, ilgili literatür ve best practice örnekleri ile karşılaştırılarak skorlanmıştır.



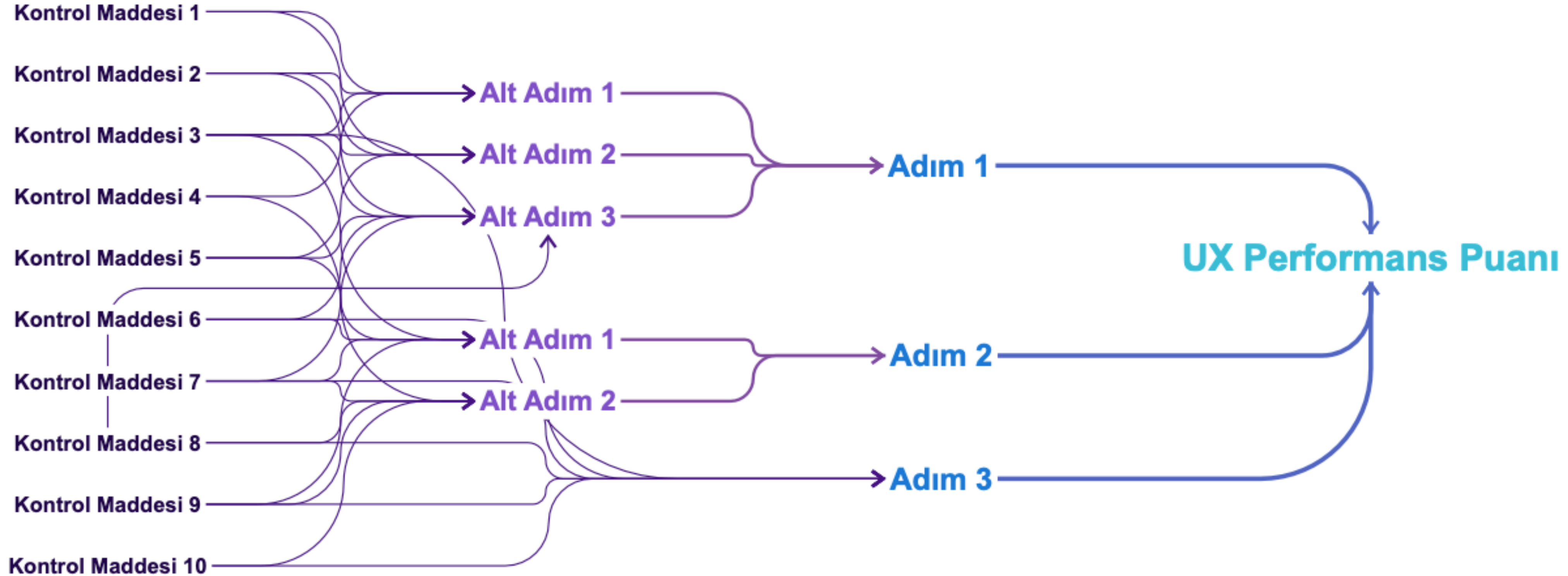
Yöntem ve kapsam

İncelemede kullanılan kontrol listesi, kullanıcı deneyimi literatürü temel alınarak **online müşteri olma yolculuğuna özel** olarak, bankanın sunduğu hizmeti değerlendirecek şekilde oluşturulmuştur.

Tüm bankaların online müşteri olma yolculukları **13 adım** altında toplanmıştır. Bazı adımlar, alt adımlardan oluşmaktadır

186

kontrol
maddesi



Yöntem ve kapsam

Adımlar

1	Genel Yapı
2	Ana Sayfa (Public)
3	Onboarding
4	Kişisel / İletişim Bilgileri Doğrulama *
5	Kimlik Doğrulama *
6	Ürün Seçimi *
7	Eğitim/İş/Finansal Durum Formu *
8	Adres Bilgisi / Şube Seçimi *
9	Müşteri Temsilcisiyle Görüntülü Görüşme
10	Kullanıcı Adı ve Şifre Belirleme *
11	Sözleşme ve İzinler
12	Erişim İzinleri
13	Onay Ekranı / Son Ekran

13
adım

Alt adım örneği

4.1	Kimlik bilgileri genel
4.2	TCKN girişi
4.3	TCK seri no girişi
4.4	Doğum tarihi girişi
4.5	Doğum yeri girişi
4.6	Cep telefonu girişi
4.7	Güvenlik Kodu
4.8	SMS Şifre Girişi / E-Posta Doğrulama

Alt Adımlar

Alt adımların kaç bankada sunulduğuna, online müşteri olma yönetmelikleri ve bankacılık mevzuatlarına göre **yolculuk için gerekli olup olmamasına** göre değerlendirilerek ilgili adımdan alınan toplam skor hesaplanmıştır.

Böylece hem bu adımlara yer veren bankaların **nasıl bir deneyim sunduğu** değerlendirilmiş hem de **yolculuk için gerekli olmayan adımlara yer veren bankaların** bu adımlardan aldıkları puanlarla öne geçmeleri engellenmiştir.

Rapor içinde ilgili adım veya alt adımların neden süreç için sürtünme yarattığı ve **neden bu süreçte yer almaması gerektiği** detaylı olarak aktarılmaktadır.

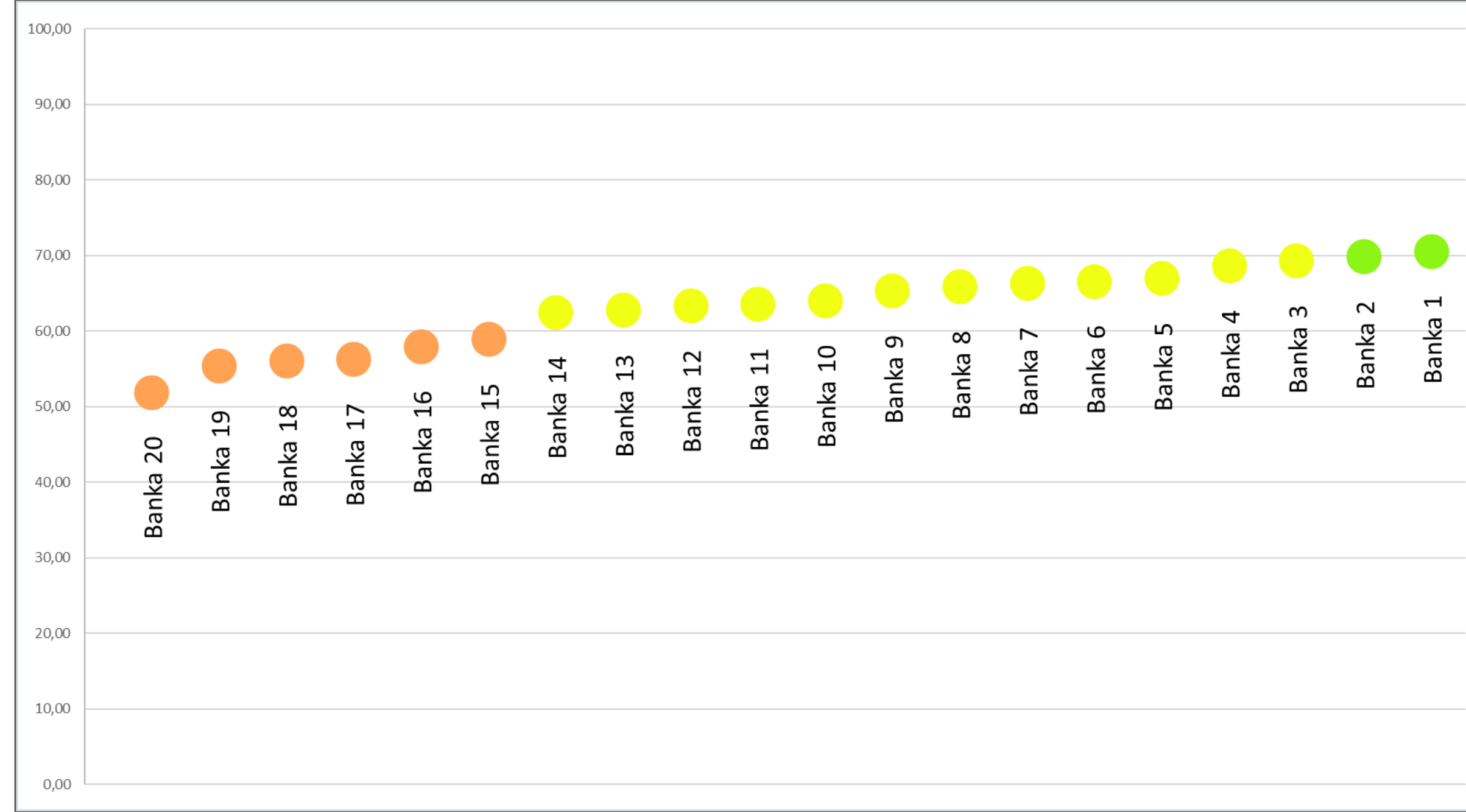
Çıktılar

Çıktılar

- **UX Performans Puanları** (pdf)
- **Tüm adım ve alt adımların detaylı, karşılaştırmalı skorları** (pdf)
- **Kullanılan tüm komponentlerin karşılaştırmalı skorları** (pdf)
- **Müşteri temsilcisi ile görüşme sürecinin, süre ve istenen bilgiler/ yaptırılan işlemler bazında karşılaştırılması** (pdf)
- **Online müşteri olma sürecinde sunulan teknolojik yetkinlerin karşılaştırılması** (pdf)
- **Online müşteri olma yolculuk süresi karşılaştırması** (pdf)
- **Ekran Görüntüleri: 20 farklı bankanın mobil uygulamasındaki online müşteri olma yolculuğunun 1900'den fazla ekran görüntüsü, ilgili ekranlardaki etkileşimlerin (form alanlarında bilgi giriş alanı durumları; pasif, aktif, hata gösterimi gibi) sıralı olarak sunulması.** (Figma)

UX Performans Puanları

Banka Adı	Puanı
Banka 1	70,53
Banka 2	69,77
Banka 3	69,24
Banka 4	68,55
Banka 5	66,90
Banka 6	66,53
Banka 7	66,27
Banka 8	65,81
Banka 9	65,25
Banka 10	63,94
Banka 11	63,50
Banka 12	63,31
Banka 13	62,70
Banka 14	62,46
Banka 15	58,87
Banka 16	57,87
Banka 17	56,21
Banka 18	56,04
Banka 19	55,32
Banka 20	51,85



90-100	Mükemmel
80-90	Çok İyi
70-80	İyi
60-70	Ortalama
50-60	Zayıf
0-50	Başarısız

Tüm yolculuk boyunca 13 adımdan alınan puanların ortalaması ile elde edilen **UX Performans Puanları** yukarıdaki lejanda göre renklendirilmiştir.

Tüm bankalar, her adım özelinde hazırlanan değerlendirme kriterleri, sayfada yer alan komponentler, sayfalarda sunulan içerikler ve içeriklerin sunuluş şekli gibi 186 kontrol maddesine göre değerlendirilmiştir.

Yirmi bankanın **ortalama** performans puanı **63,05**

UX Performans Puanı dağılımı



9 Müşteri temsilcisiyle görüntülü görüşme

Nedir?

Online Müşteri edinme sürecinde **biyometrik verilerin** ve **kişinin canlılığının** tespiti amacıyla müşteri temsilcisi ile görüntülü görüşme yapılan bölümdür.

Yolculuk Önem Derecesi

Çok Önemli

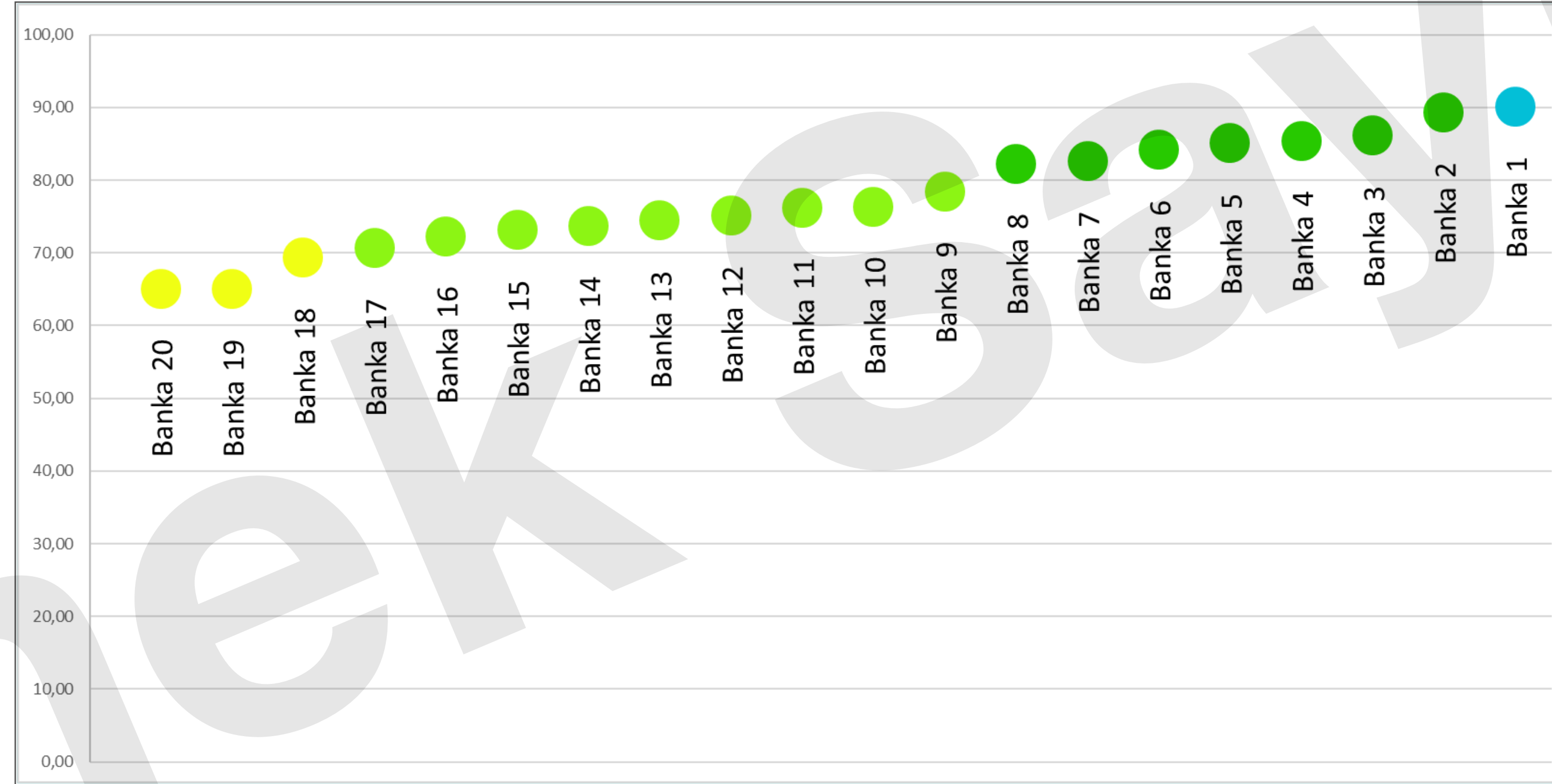
Sürecin başarılı bir şekilde tamamlanabilmesi ve kullanıcının uygulama dışında kurum ile ilk iletişim teması olması sebebi ile ağırlığı **'Çok Önemli'** olarak belirlenmiştir.

Her bir adımın önem derecesi, **'Yolculuk İçin Önem Derecesi'** tablosundaki skalaya göre belirlenmiştir.

Banka Adı	Puanı
Banka 1	90,05
Banka 2	89,29
Banka 3	86,05
Banka 4	85,35
Banka 5	85,00
Banka 6	84,07
Banka 7	82,50
Banka 8	82,23
Banka 9	78,35
Banka 10	76,26
Banka 11	76,17
Banka 12	75,06
Banka 13	74,38
Banka 14	73,62
Banka 15	73,08
Banka 16	72,24
Banka 17	70,55
Banka 18	69,29
Banka 19	64,94
Banka 20	64,94

9 Müşteri temsilcisiyle görüntülü görüşme

Puan dağılımı



Yirmi bankanın **ortalama** puanı: **77,67**

9 Müşteri temsilcisiyle görüntülü görüşme

Başarısız maddeler

- Daha sonra bağlanma veya randevu oluşturarak devam etme seçeneği olması
- Müşteri temsilcisine bağlanma/ bekleme süresi veya sıra numarası hakkında tahmini bilgilendirme sunulması
- Müşteri temsilcisiyle görüşme öncesinde ya da sırasında kesintisiz bir görüşme için internet ve şarj ile ilgili bilgilendirme sunulması

Kontrol Maddeleri Değerlendirmeleri - ***** Bankası

9	Müşteri Temsilcisiyle Görüntülü Görüşme	***** Bankası
9.1	Daha sonra bağlanma veya randevu oluşturarak devam etme seçeneği olması	Başarılı
9.2	Müşteri temsilcisine bağlanma/bekleme süresi veya sıra numarası hakkında tahmini bilgilendirme sunulması	Majör
9.3	Görüntülü görüşme için 'işaret dili bilen bir temsilci istiyorum' seçeneğine yer verilmesi	Minör
9.4	Görüşmenin kayıt altına alınacağı bilgisinin sunulması	Başarılı
9.5	Aydınlık ve sessiz bir ortamda bulunulması gerektiğine dair bilgilendirme sunulması	Kozmetik
9.6	Görüşme sırasında kimlik kartının yanında olması gerektiği yönelik bilgilendirme sunulması	Kritik
9.7	Kullanıcıya güven vermesi açısından müşteri temsilcisinin şirket adına çalıştığını yansıtacak şekilde uygun bir ortam oluşturulması	Başarılı
9.8	Müşteri temsilcisiyle görüşme öncesinde ya da sırasında kesintisiz bir görüşme için internet ile ilgili bilgilendirme sunulması	Başarılı
9.9	Müşteri temsilcisiyle görüşme öncesinde ya da sırasında kesintisiz bir görüşme için şarj ile ilgili bilgilendirme sunulması	Kozmetik

* Başarılı/Başarısız durumları ifade eden puanlamalar örnektir.

*Fark yaratan maddeler, en az 10 bankanın başarısız olduğu kontrol maddelerinden oluşmaktadır.

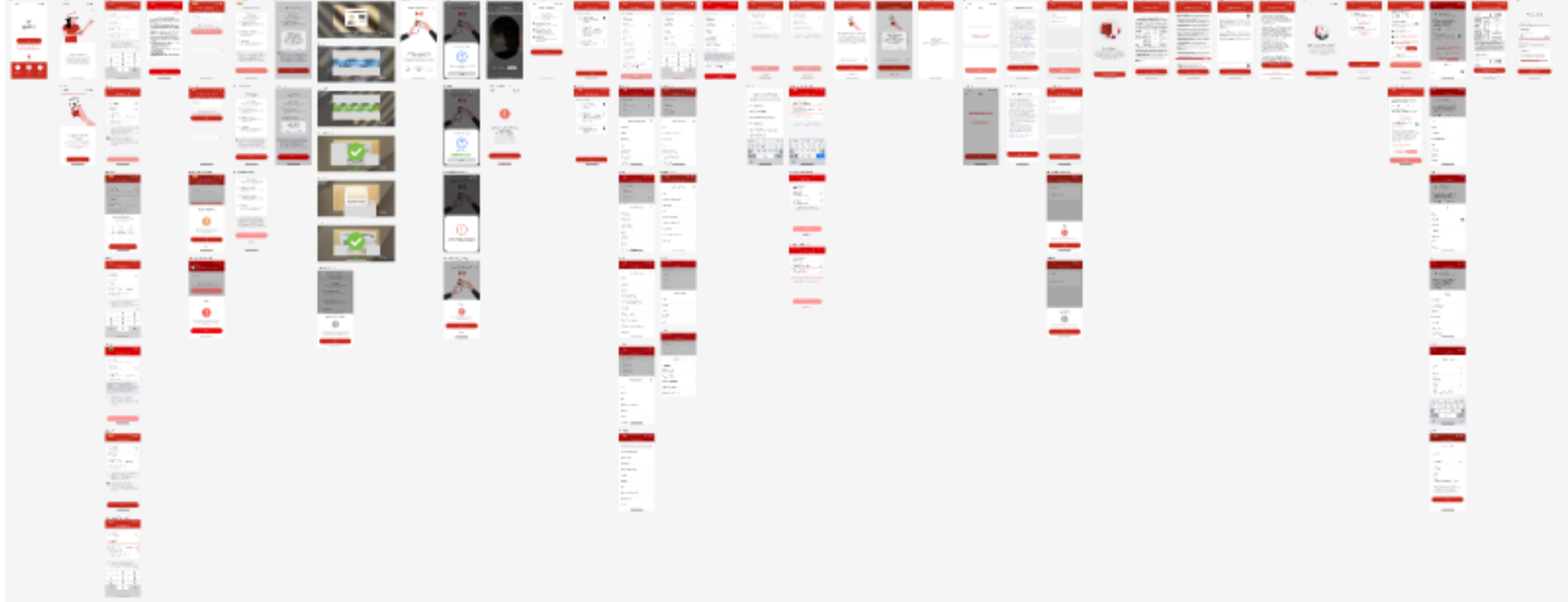
Müşteri temsilcisiyle görüntülü görüşme sırasında istenenler

Müşteri Temsilcisiyle Görüşme Esnasında İstlenen Bilgiler, Yaptırılan İşlemler:	Banka 1	Banka 2	Banka 3	Banka 4	Banka 5	Banka 6	Banka 7	Banka 8	Banka 9	Banka 10	Banka 11	Banka 12	Banka 13	Banka 14	Banka 15	Banka 16	Banka 17	Banka 18	Banka 19	Banka 20
Bilgi 1	X	NA	NA	NA	NA	X	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	X	NA	NA	NA	X	NA
Bilgi 2	NA	NA	NA	X	NA	NA	X	NA	NA	NA	X	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
İşlem 1	X	X	NA	NA	NA	X	X	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	X	NA	NA	NA	NA	NA
İşlem 2	NA	NA	X	X	NA	X	NA	X	X	X	X	NA	X	NA	NA	NA	NA	X	NA	X
İşlem 3	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	NA	X	X	X	X	X	X
İşlem 4	X	X	NA	NA	NA	X	NA	X	X	X	X	NA	NA	NA	X	X	NA	X	NA	NA
İşlem 5	X	X	X	X	NA	X	X	X	NA	X	X	X	NA	X	X	NA	X	X	X	X
İşlem 6	X	X	X	NA	X	X	NA	NA	X	NA	NA	NA	X	NA	X	NA	NA	X	NA	X
İşlem 7	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	X	NA	X	NA	NA	NA	NA	NA
İşlem 8	NA	NA	X	NA	NA	NA	NA	NA	X	NA	NA	NA	X	NA	NA	NA	NA	NA	X	NA
İşlem 9	NA	NA	NA	NA	X	NA	X	X	X	X	X	X	NA	X	NA	X	X	NA	X	NA
İşlem10	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Çıktılar

Ekran Görüntüleri

20 farklı bankanın mobil uygulamasının **1900'den fazla ekran görüntüsü** (Hata mesajı ekranları dahil) sıralı olarak Figma platformunda online olarak sunulmakta.



En başarılı ve en sorunlu konular

En Başarılı ve En Sorunlu Adımlar / Komponentler

- Kimlik doğrulama ve müşteri temsilcisi ile görüşme sırasında yanında bulundurulması gereken evraklar (TC kimlik kartı vb.) hakkında bilgilendirme sunulması,
- Kimlik doğrulamanın tüm aşamalarında (Kimlik tarama, NFC, Yüz Tanıma) işlemlerin nasıl yapılacağına, nasıl ilerlenmesi gerektiğine dair yardım, bilgilendirme ve uyarılarla destek sağlanması,
- Kimlik doğrulama sürecinde ve alt adımlarında başarılı ve başarısız durumlar için bilgilendirme sunulması
- Müşteri temsilcisi ile görüşme adımında, 'işaret dili bilen bir temsilci istiyorum' seçeneğine yer verilmesi,
- Kullanıcıya güven vermesi açısından müşteri temsilcisinin şirket adına çalıştığını yansıtacak şekilde uygun bir ortam oluşturulması.

En başarılı adımlar

Ana Sayfa (Public)

Kimlik Doğrulama

Müşteri Temsilcisi ile Görüntülü Görüşme

En başarılı UX/UI komponentleri

Image / GIF

Radio Button

Checkbox

Text

En sorunlu adımlar

Ürün Seçimi

Eğitim/İş/Finansal Durum Formu

Kullanıcı Adı ve Şifre Belirleme

En sorunlu UX/UI komponentleri

Pop Up

Dropdown

Toggle Switch Button

- Ürün seçiminin müşteri olma yolculuğu içerisinde olması,
- İlgili yönetmelikler tarafından zorunlu tutulmayan, müşteriler hakkında eğitim / iş / finansal açıdan bilgi toplayan form alanlarının yolculuk içerisine alınması,
- "Cep Şifre/SMS Şifre" gelmediğinde tekrar SMS alma seçeneği sunulmaması,
- Gelen "Cep Şifre/SMS Şifre"nin *input* alanına otomatik olarak doldurulmaması,
- Şifre belirleme esnasında, şifre gerekliliklerine dair anlık geri bildirim sunulmaması.

20 bankanın ortalama puanları baz alınarak hesaplanmıştır.

Teşekkürler :)

info@uxtoknow.com

