

UX<sup>to</sup>know

# Online Müşteri Olma Raporu

*(Digital Onboarding)*

Banka Uygulamaları UX Karşılaştırması *(UX Benchmark)*

## İnovasyonu, içgörüyle güçlendiriyoruz.

Kullanıcı deneyiminin en ileri araştırmalarla buluştuğu UXtoknow'a hoş geldiniz. Etkileyici tasarım kararlarını yönlendiren, ürününüzün günümüzün rekabet ortamında öne çıkmasını sağlayan derin içgörülerini ortaya çıkarma konusunda uzmanız.

2017 yılında kurulan Xedzone'un 2024'te gerçekleştirdiği dönüşümün sonucu olarak kurulan UXtoknow, hiç ara vermeden, önceden olduğu gibi araştırma hizmetlerine devam ediyor.

80'den fazla yöntem kullanarak mutlu kullanıcılar yaratmanıza yardımcı oluyoruz.

Galatasaray Üniversitesi öğretim elemanı Özgürol Öztürk tarafından kurulan UXtoknow, kullanıcı deneyimi odaklı araştırma, danışmanlık ve eğitim hizmetleriyle telekomdan finansa, e-ticaretten insan kaynaklarına ve perakendeye uzanan bir çok farklı sektörde 20 yıldan fazla uluslararası deneyime sahiptir.

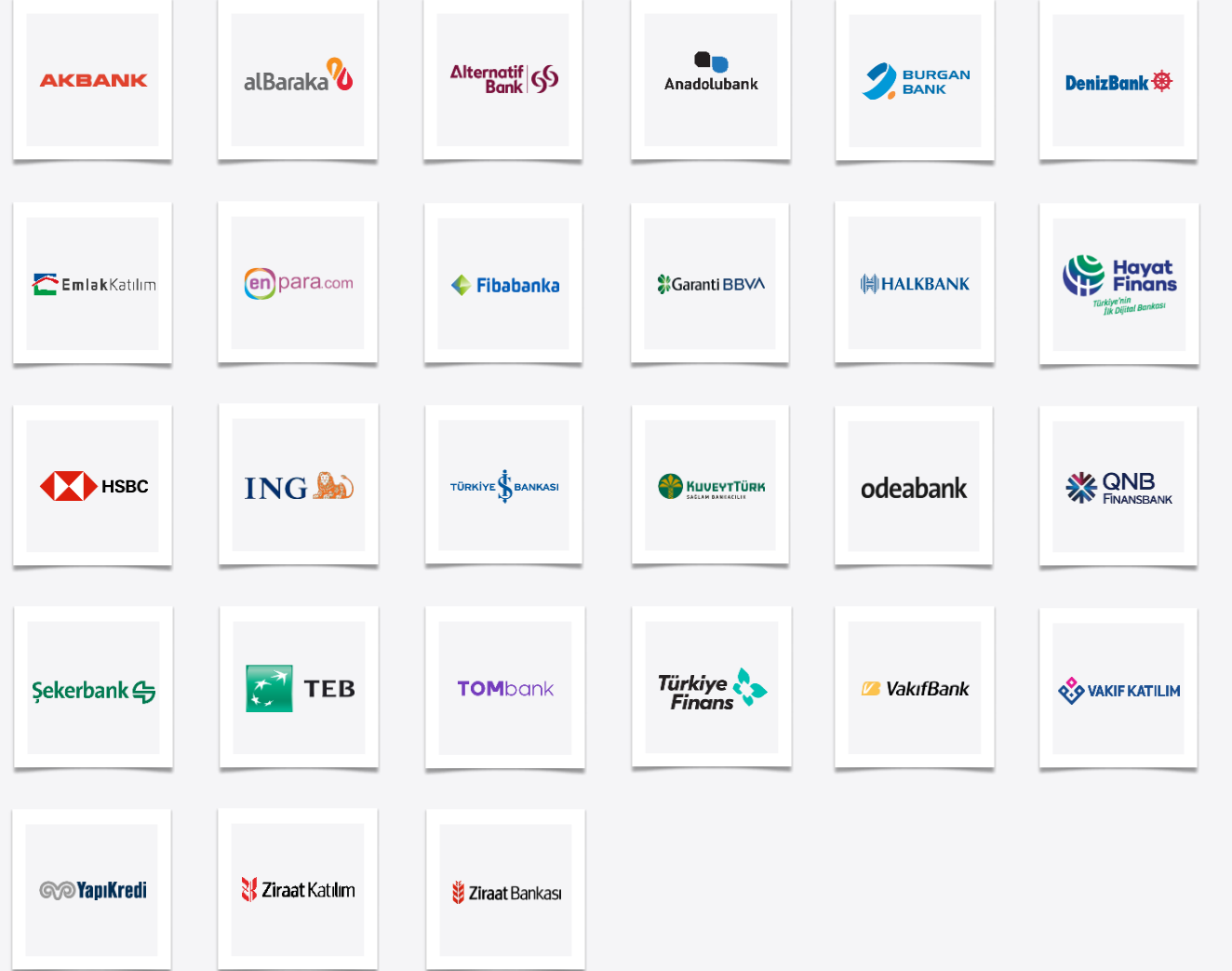
## Neden Bu Raporu Hazırladık?

- Rekabet içindeki yerinizi öğrenin
- Diğer bankalarda olup sizde olmayan neler var?
- Online müşteri olma yolculuğundaki başarılı uygulamalarınız ve UX problemleriniz neler?
- Tüm bankaların sorun yaşadığı tasarım elemanları neler?
- Deneyimi bölen ve süreci sekteye uğratan unsurlar neler?
- Bankaların UX Performans Puanı, yolculuk adım puanları ve komponent puanları neler?

# | YÖNTEM ve KAPSAM

## Yöntem ve Kapsam

Türkiye’de faaliyet gösteren ve mobil uygulama üzerinden online müşteri olma hizmeti sunan bankalar arasından belirlenen 27 bankanın; **online müşteri olma** yolculuklarının, kullanılabilirlik problemleri ve başarılı unsurları, uzman değerlendirme yöntemi ile tespit ederek skorlanmıştır.



## Yöntem ve Kapsam

1	Akbank
2	Albaraka Türk
3	Alternatif Bank
4	AnadoluBank
5	Burgan Bank
6	Deniz Bank
7	Emlak Katılım
8	Enpara
9	Fibabanka
10	Garanti BBVA
11	Halkbank
12	Hayat Finans Katılım
13	HSBC
14	ING Bank
15	İş Bankası
16	Kuveyt Türk
17	Odeabank
18	QNB Finansbank
19	Şekerbank
20	TEB
21	Tombank
22	Türkiye Finans
23	Vakıf Katılım
24	Vakıfbank
25	Yapı Kredi
26	Ziraat Bankası
27	Ziraat Katılım

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

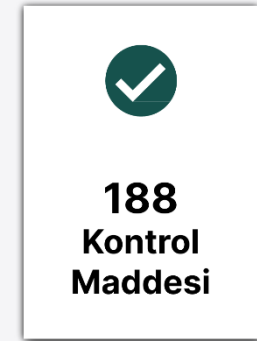
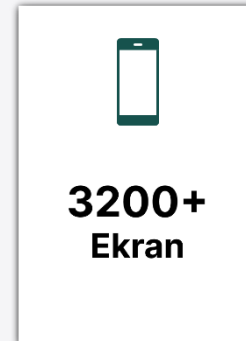
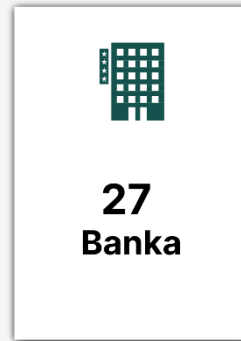
### Değerlendirme

#### 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

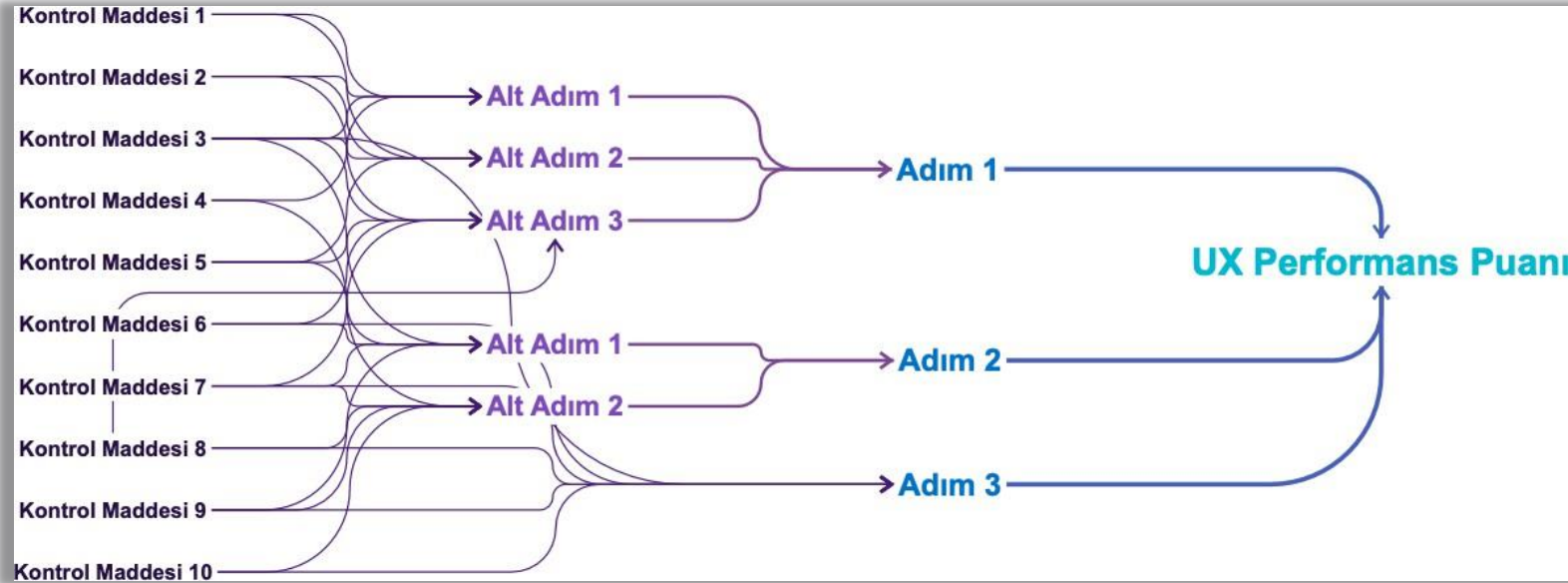
- Tüm süreç boyunca kullanıldığı gözlemlenen **12 UX/UI komponenti**, ilgili literatür ve best practice örnekleri ile karşılaştırılarak skorlanmıştır.



## 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.



## 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

### 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.



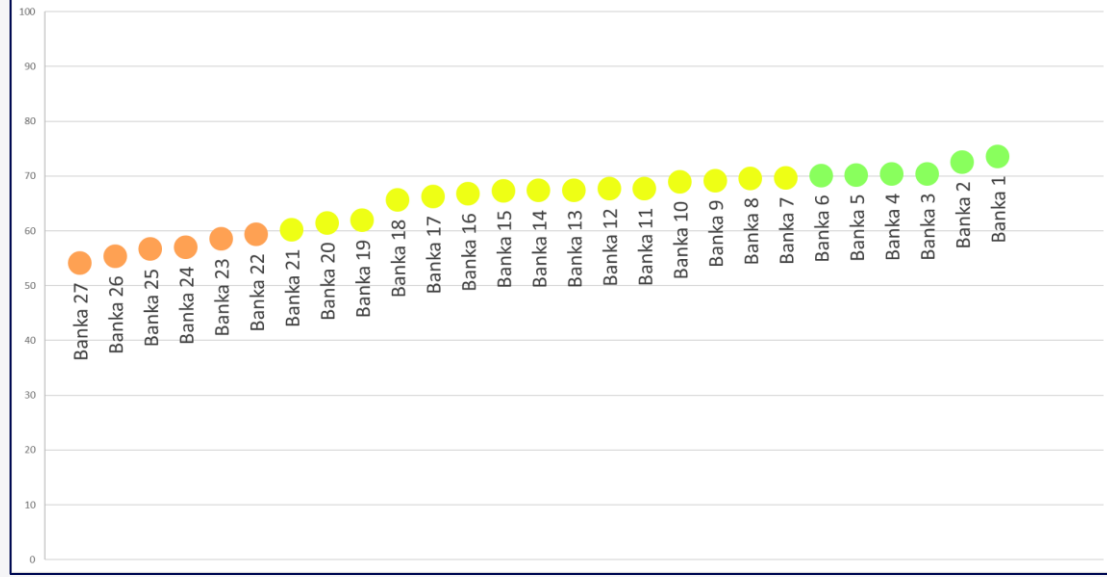
# ÇIKTILAR

## Rapor İçeriđi

- UX Performans Puanları (pdf)
- Tüm adım ve alt adımların detaylı, karşılaştırmalı skorları (pdf)
- Kullanılan tüm komponentlerin karşılaştırmalı skorları (pdf)
- UX Performans Puanı ve Komponent Performans Puanında Android ve iOS işletim sistemi arasındaki farklar, farka neden olan faktörler (pdf)
- Ekran Görüntüleri: 27 farklı bankanın mobil uygulamasındaki online mştteri olma yolculuğunun 3200'den fazla ekran görüntüsü, ilgili ekranlardaki etkileşimlerinin (form alanlarında bilgi giriş alanı durumları; pasif, aktif, hata gösterimi gibi) sıralı olarak sunulması. (Figma)

## UX Performans Puanları

Banka Adı	Puanı
Banka 1	73,54
Banka 2	72,13
Banka 3	70,37
Banka 4	70,30
Banka 5	70,18
Banka 6	70,02
Banka 7	69,61
Banka 8	69,16
Banka 9	69,11
Banka 10	68,91
Banka 11	67,71
Banka 12	67,65
Banka 13	67,36
Banka 14	67,32
Banka 15	67,30
Banka 16	66,73
Banka 17	66,25
Banka 18	65,59
Banka 19	61,90
Banka 20	61,42
Banka 21	60,17
Banka 22	59,38
Banka 23	58,51
Banka 24	57,02
Banka 25	56,62
Banka 26	55,30
Banka 27	54,05



Yirmi yedi bankanın **ortalama** performans puanı **65,32**

### UX Performans Puanı dağılımı



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 sunuş şekli gibi 188 kontrol maddesine göre değerlendirilmiştir.

### 3. Adım Onboarding (Karşılama)

#### Nedir

Süreç adımlarına dair **bilgilendirme veren**, süreç boyunca ihtiyaç duyulacak **belge, bilgilere ve ortam koşullarına** (kimlik kartı, sessiz ortamda olunması gerekliliği gibi), teknik gerekliliklere (internet hızı, görüntülü görüşme için çalışan kamera, kulaklık gibi) dair hazırlık yapılması yönünde bilgilendirme yapılan adımdır.

#### Yolculuğun Önem Derecesi

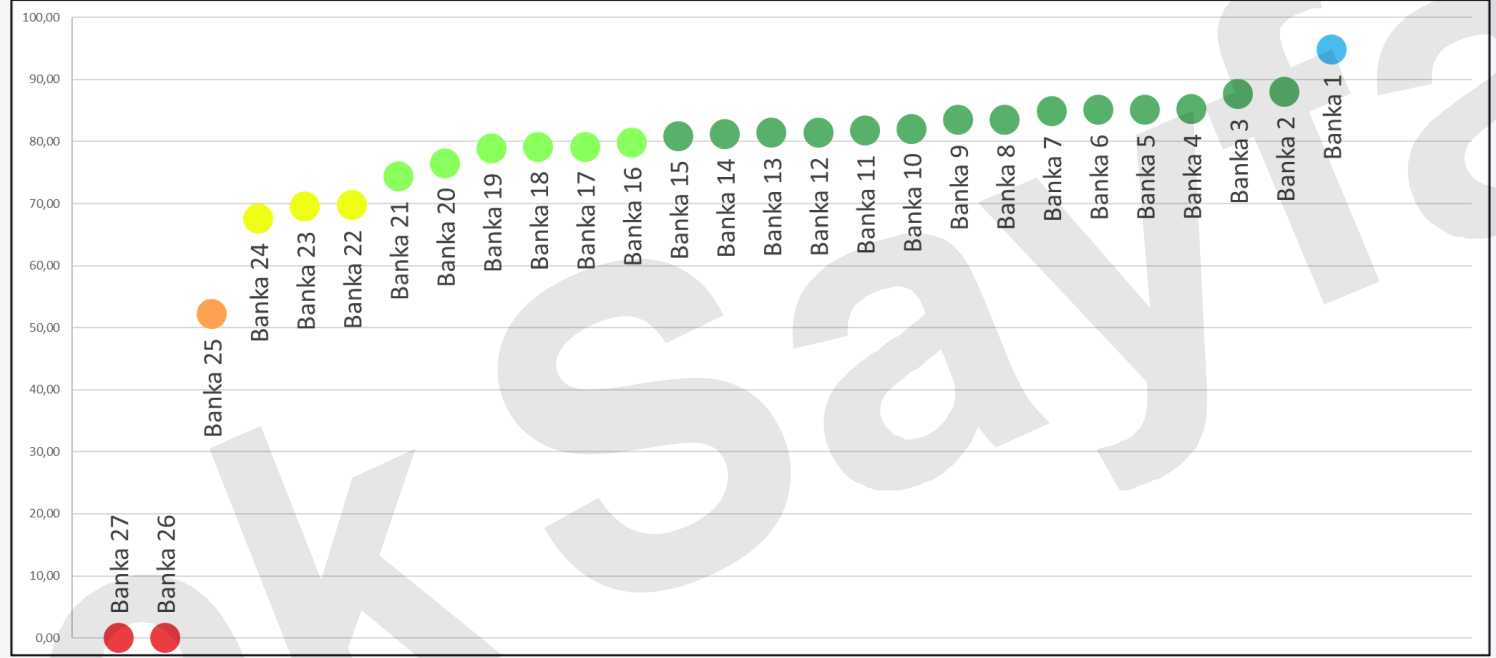
##### Çok Önemli

Sürece sekteye uğratabilecek yoksunluklar hakkında bilgi veren ve sürece başlamadan önce bu bilgi, belge, çevresel ve donanımsal şartlar hakkında bilgi verilmediğinde sürece devam edilemeyeceği için ağırlığı **'Çok önemli'** olarak belirlenmiştir.

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

### 3. Adım Onboarding (Karşılama)

Banka Adı	Puanı
Banka 1	94,78
Banka 2	88,00
Banka 3	87,65
Banka 4	85,14
Banka 5	85,09
Banka 6	85,06
Banka 7	84,80
Banka 8	83,47
Banka 9	83,43
Banka 10	81,99
Banka 11	81,68
Banka 12	81,39
Banka 13	81,33
Banka 14	81,13
Banka 15	80,84
Banka 16	79,79
Banka 17	79,10
Banka 18	79,09
Banka 19	78,78
Banka 20	76,42
Banka 21	74,28
Banka 22	69,66
Banka 23	69,43
Banka 24	67,50
Banka 25	52,14
Banka 26	0,00
Banka 27	0,00



Yirmi yedi bankanın **ortalama** puanı: **73,78**

#### Puan dağılımı



## 9. Adım Müşteri Temsilcisiyle Görüntülü Görüşme

### Nedir

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

### Yolculuğun 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.

## 9. Adım Müşteri Temsilcisiyle Görüntülü Görüşme

Banka Adı	Puanı
Banka 1	86,45
Banka 2	84,47
Banka 3	84,45
Banka 4	84,21
Banka 5	82,45
Banka 6	81,44
Banka 7	81,25
Banka 8	79,85
Banka 9	79,51
Banka 10	79,12
Banka 11	78,94
Banka 12	76,93
Banka 13	76,30
Banka 14	75,92
Banka 15	75,52
Banka 16	75,33
Banka 17	73,46
Banka 18	73,10
Banka 19	72,86
Banka 20	71,88
Banka 21	71,65
Banka 22	70,50
Banka 23	70,40
Banka 24	70,38
Banka 25	66,62
Banka 26	66,49
Banka 27	59,84



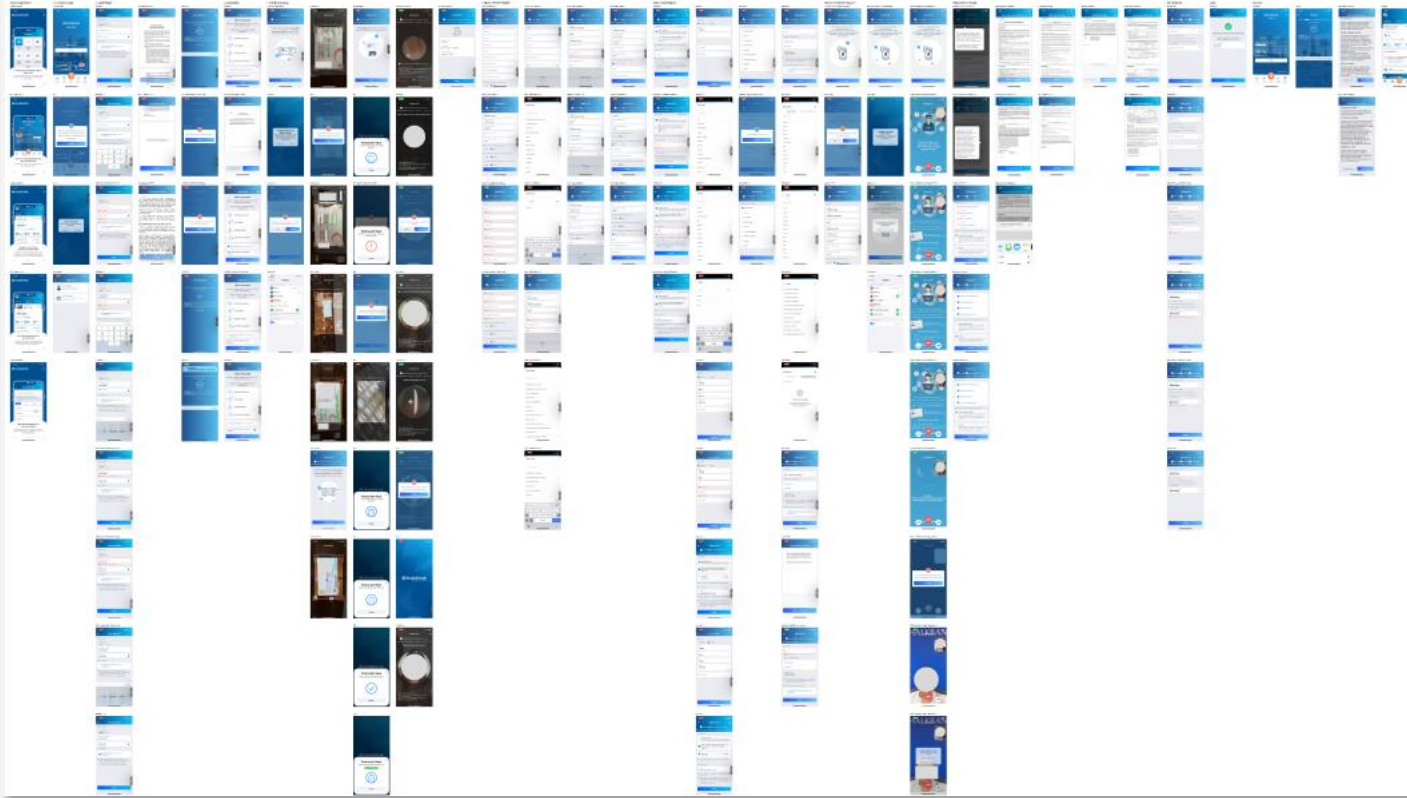
Yirmi yedi bankanın **ortalama** puanı: **75,90**

### Puan dağılımı



## EKRAN GÖRÜNTÜLERİ

**27 farklı bankanın** mobil uygulamasının **3200'den fazla ekran görüntüsü** (Hata mesajı ekranları dahil) sıralı olarak Figma platformunda online olarak sunulmakta.





# BAŞARILI ve SORUNLU KONULAR

## Başarılı Adımlar ve UI/UX Komponentleri

- Kimlik doğrulama ve müşteri temsilcisi ile görüşme sırasında yanında bulundurulması gereken evraklar (TC kimlik kartı vb.) hakkında bilgilendirme sunulması,
- Sunulan bilgilendirmelerin ilişkili/anlamalı görsel/ikon/video gibi içerikler ile desteklenmesi,
- Kimlik tarama işleminde kartın hangi yüzün taratılacağına yönelik bilgi gösterilmesi (ön yüz / arka yüz),
- NFC ile kimlik okutma esnasında kartın nasıl ve nereden okutulacağına dair animasyon veya görsel sunulması,
- Kullanıcıya güven vermesi açısından müşteri temsilcisinin şirket adına çalıştığını yansıtacak şekilde uygun bir ortam oluşturulması,
- Neden mikrofon/kamera izni istendiğinin açıklanıyor olması.

### En başarılı adımlar

Ana Sayfa (Public)

Kimlik Doğrulama

Müşteri Temsilcisiyle Görüntülü Görüşme

Erişim İzinleri

### En başarılı UX/UI komponentleri

Image / GIF

Checkbox

Radio Button

27 bankanın ortalama puanları baz alınarak hesaplanmıştır.

## Sorunlu Adımlar ve UI/UX Komponentleri

- 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.

### En sorunlu adımlar

Ürün Seçimi

Eğitim / İş / Finansal Durum Formu

Kullanıcı Adı ve Şifre Belirleme

Adres Bilgisi / Şube Seçimi

### En sorunlu UX/UI komponentleri

Pop Up

Toggle Switch Button

Dropdown

27 bankanın ortalama puanları baz alınarak hesaplanmıştır.

# TEŐEKKÜRLER

Bilgi İçin: Özgürol Öztürk

[ozgurol@uxtoknow.com](mailto:ozgurol@uxtoknow.com)

[www.uxtoknow.com](http://www.uxtoknow.com)