

# Kredi Basvuru ve Onay Sürecinde Bayi Aglarının Önemi

Cavit Yantaç\*, Dr. Joachim Behrendt\*

\*Nexum Bogaziçi Elektronik Çözümler Danismanlık Tic. A.S.

[c.yantac@nexumtr.com](mailto:c.yantac@nexumtr.com), [j.behrendt@nexumtr.com](mailto:j.behrendt@nexumtr.com)

## Özet:

Tüketicilerle finansman kuruluşları arasında özellikle kredi başvuru ve onay sürecinde yaşanan problemler, müşteri tatminini önemli oranlarda etkileyebilmektedir. Bu problemlerin en başında, krediler için baz teskil edecek finansal ürünlerin oluşturulmasındaki zorluklar (finansal matematiğe dayalı formüller gibi); kredi başvurusu ile ilgili bilgilerin müşteriden alınmasından, kredi onayına kadar devam eden sürecin uzunluğu ve bunun müşteride yarattığı negatif etki; süreç içinde yer alan kişilerin, başvurunun hangi aşamada olduğuna dair bilgi alamamaları; özellikle yaygın bayi (ya da sube) ağıyla kredi olanakları sağlayan kuruluşlarda, merkezde yayınlanan kampanya ve benzeri finansal ürünlerin, bayilerde zamanında kullanılamaması gibi problemler yer almaktadır. Bayiler ve merkez arasında veri akışını optimize ve otomatize etmeyi amaçlayan bayi extranet'leri, bu problemlerin çözümü için önemli bir adım teskil etmektedir. Artık merkezde oluşturulan finansal ürünler (tüketici kredisi ve leasing gibi), extranet'ler aracılığıyla bayilere aktarılabilen, bayiler de bu finansal ürünleri baz alıp, müşterilerine uygun finansman çözümlerini anında sağlayabilmektedir. Ayrıca kredi başvuruları İnternet ortamında hazırlanabilmekte ve başvurunun tüm aşamaları İnternet'ten takip edilebilmektedir. Mercedes Benz ve Chrysler Jeep marka araç satan bayilere finansman olanakları sağlayan Daimler Chrysler Services Türk (DCST), bu iş akışı otomasyon sistemi sayesinde, merkezle bayiler arasındaki süreçleri optimize etmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma, DCST'te gerçekleştirilen extranet'in geliştirme aşamalarını ve ortaya çıkan sistemin sonuçlarını değerlendirmektedir.

## 1. Giriş

Finans sektörü, tüketicilere ve kredi kullanacak kurumlara ulaşabileceği kanalların sayısını son yıllarda hızla artırmıştır. Bireyler ve kurumlar, artık fiziksel olarak banka subelerine gitmekten, İnternet üzerinden ya da herhangi bir alışveriş işlemi esnasında, o alışverişini finanse etmek için tüketici kredilerine başvurabilmektedirler. Böylece, bankalara rakip, bayiler aracılığıyla tüketicilere ulaşan finansal kuruluşlar gelişmiştir. Ancak özellikle bu finansal kuruluşların doğrudan yetki sahibi olmadığı bayiler, merkezde yaratılan finansal ürünlerin tüketiciye ulaştırılmasında sorunlar yaşamaktadır. İnternet teknolojisi, sorunların çözümünde en etkin yöntemlerden biri olarak ortaya çıkmış; finansal kuruluşlarla bayiler arasında B2B servisleri sayesinde etkin ve verimli veri akışını mümkün kılmıştır. Bayi Extranet'leri, bu finans kuruluşlarının hem bilgi yönetimi (Knowledge Management) hem de iş akışı (workflow) açılımlarını desteklemektedir [1]. Bu çalışma, Türkiye'deki en önemli tüketici finansman kuruluşlarından

biri olan DaimlerChrysler Services Türk'te gerçekleştirilen Bayi Extranet'i projesini özetlemekte, buradan hareketle, bayi aqlari ve extranet'ler için çeşitli kritik basari faktörlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

## 2. Finans Sektöründe Kredi Basvuru Süreci ve Sorunlar

Özellikle bayiler aracılığıyla müşterilerine ulasan finansman kuruluşları için, kredi başvuru ve onay sürecinin içeriginden kaynaklanan çeşitli sorunlar yer almaktadır. Bu sorunlar, kısaca aşağıdaki gibidir:

1. Krediyeye baz teskil edecek finansal ürünlerin yaratılması, geliştirilmesi ve bunun bayilere aktarılması zordur. Bu finansal ürünler, genellikle yoğun finansal matematik hesaplamalar doğrultusunda oluşturulurlar ve bu finansal ürünleri oluşturan kadrolar, genellikle şirket merkezinde yer alır. Bayiler, geliştirilmesi önemli bir "know-how" gerektiren finansal ürünler üzerinde müşteri ihtiyaçlarına göre değişiklik yapamayabilirler.
2. Merkezde tanımlanan finansal ürünler kullanılarak yapılan kredi başvurularında, başvuru formları ve ek belgelerin merkeze ulaşması zaman alır ve süreç içinde bilgi/belge kaybı olabilir. Subede ya da bayide müşteriden alınan başvuru formları ve ek belgelerin kurye/kargo yoluyla merkeze ulaştırılması günler alabilir ve bu zaman kaybı, müşterinin tercihlerini olumsuz yönde etkiler. Ayrıca, kurye/kargo aracılığıyla merkeze gönderilen belgeler yolda kaybolabilir; bunun da ötesinde, bilginin merkezde başvuru formlarından toplanıp sisteme yüklenmesi esnasında yanlış bilgi girişleri olabilir. Zaman kaybı ve bilgi yanlışlığı, yalnızca operasyonel zarara yol açmakla kalmaz, aynı zamanda müşteri memnuniyetini de önemli ölçüde etkileyebilir.
3. Bayilerdeki satış personeli, merkezdeki satış ve raporlama yetkilileri, kredi onay departmanı gibi çok farklı departmanlarda çalışanlar, aynı kredi başvurusunda, farklı aşamalarda görev alabilmektedir. Tüm bu bireylerin, kredi başvurusunun içinde bulunduğu aşama ile ilgili haber almaları, onay mekanizmalarının tam olarak sisteme yansıtılması, iş akışı otomasyonunun olmadığı durumlarda, telefon, faks ve email gibi manuel işlemlerin gerçekleştirilmesini gerektirir. Bu da, süreçteki verimliliği ve etkinliği olumsuz yönde etkiler. Bu nedenle, kredi başvurularında ve müşteriye sunulacak finansal tekliflerde pek çok kişinin ve kimi durumlarda birbirinden bağımsız sistemlerin entegre çalışabilmesi gereklidir. Bu entegrasyon ihtiyacı, çok klasik anlamda iş akışı otomasyon sistemlerinin en önemli mevcudiyet nedenidir.

Kredi başvuru ve onay sürecinde yaşanan bu ve benzeri sorunlar nedeniyle finans sektörü, iş akışı otomasyonuna ve entegrasyon çalışmalarına önemli yatırımlar yaptı. Özellikle banka ve benzeri finansal kuruluşlar, subeleriyle aralarında gerçekleştirdikleri bilgi akışını, 1990'li yıllardan başlayarak önemli ölçüde otomatize ettiler. Ancak finansman ürünlerini subeler değil, bayiler aracılığıyla piyasaya sunan diğer finans kuruluşları, kendi organizasyonları haricindeki kuruluşlar için böyle bir yatırımın

maliyetinden çekinmekteydiler. İşte bu noktada İnternet teknolojileri devreye girdi ve kredi başvuru ve onay sürecinde birbirinden bağımsız kuruluşların veri aktarımını ve isakisi otomasyonunu destekledi.

### **3. İnternet ve Finans Sektöründe Entegrasyon**

İnternet balonu yeni ekonomi rüyaları ile birlikte patlarken, bu patlamadan geriye kalan en önemli yeniliklerden biri, yukarıda da bahsettiğimiz gibi, İnternet ortamında isakis otomasyonunu sağlayan ve böylece kullanıldıkları endüstride devrim yaratabilecek olan yeni çalışma modelleri oldu. Sadece şirket içerisinde değil, farklı şirketler arasındaki işlemlerin hızlı, ucuz ve minimum teknik kısıtlamalarla gerçekleştirilmesine olanak veren web bazlı teknolojiler ortaya çıktı. Özellikle B2B (Business-to-business) adı verilen isten işe çözümler çerçevesinde, birkaç ay içerisinde yatırımları amortize edecek kadar çabuk işlemler gerçekleştirildi. Yukarıda da belirtildiği gibi, bayilerle merkezdeki finansman kuruluşları arasında, finansman ürünlerine ait veri ve isakislari, B2B extranetleri üzerinden gerçekleştirilmeye başlandı. Hayami ve Katsumata, “Interworkflow: A Challenge for Business to Business Electronic Commerce” adlı çalışmada kuruluşlar arasında (B2B) gerçekleştirilen isakis otomasyon projeleri ile ilgili detaylı bilgi vermektedir [2]. Hayami ve Katsumata’ya göre, farklı kuruluşların isakis sistemleri arasında “Interworkflow” kavramı ile isimlendirilebilecek olan entegrasyon, ilk defa İnternet teknolojileri ile mümkün olmaktadır. Böylece, isakis sistemleri yalnızca şirket içinde değil, birden fazla kuruluş arasında da süreçlerin etkin ve verimli olmasını mümkün kılmakta, böylece, son derece önemli boyutlarda maliyet faydaları sağlayabilmektedir.

### **4. Türkiye’den Bir Örnek Çalışma: DaimlerChrysler Services Türk bünyesinde Bayi Extranet’i**

DaimlerChrysler Grubu; MercedesBenz, Chrysler, Jeep ve Setra markalarının binek ve ticari araçlarının Türkiye’deki temsilcisidir. DaimlerChrysler Services Türk işe, yine aynı grup bünyesinde üretilen binek ve ticari araçların bayiler tarafından gerçekleştirilen satışına, tüketici kredisi ve leasing yoluyla finansman desteği sağlamaktadır. Dolayısıyla bayiler, hem DaimlerChrysler Grubu için, hem de bu Grup’un finansman kuruluşu için satış kanalı olarak hareket etmektedir.

B2B iş modellerinde var olan potansiyele örnek olarak verilecek proje “Kapsamlı Finansman Modeli” ve “Komplike Görev Tanım Analizleri”ne istinaden geliştirilen ve birbiriyle entegre çalışan Intranet-Extranet çözüm modelleri üzerine kurulmuştur.

Geçmişte telefon, faks ve posta yolu ile yapılmakta olan, uzun hazırlık süreleri, çok yüksek doğrudan ve dolaylı maliyetler ve bilgi taşınması sırasında hatalar gibi risklere gebe olan sistem, müşteriye yol gösterme anlamında da kullanışlı değildi. Bu sebeplerden dolayı DaimlerChrysler Services Türk, “POS” (Point of Sales) adını verdiği, bayilerin yukarıda sözü geçen işlemlerinin çok büyük bir kısmını bilgisayar

destekli bir çözümle yapmalarini saglayacak bu projeyi hazirladi. Böylece tüm bayilerini POS üzerinde biraraya getiren DaimlerChrysler Services Türk için projenin hedefleri, asagidaki gibi siralanabilirdi:

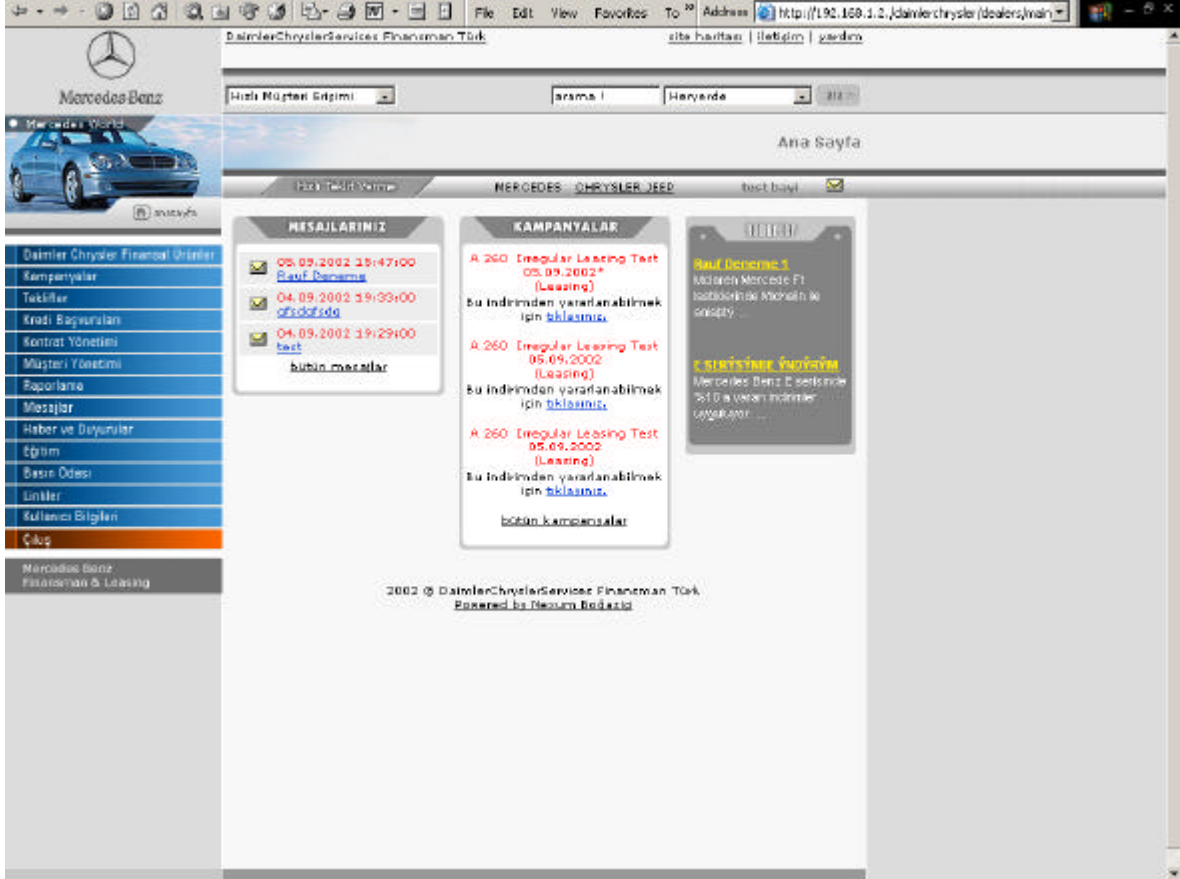
1. Isakisinin asagidaki tüm öğelerle tam entegrasyonu
  - Finansal ürünlerin, özellikle de kampanyaların geliştirilmesi
  - Belirlenen alanlarda, finansal tekliflerin hazırlanması
  - Kredi başvuru süreci
  - Kredi başvurusu ile ilgili her türlü dokümanın takibi
  - Kredi onay/ret kararının, ilgili tüm kişilere doğru zamanda aktarılması
  - Kredi geri ödeme bilgilerinin takibi
2. Intranet ve Extranet ile, DaimlerChrysler Services Türk'te kullanılan diğer finansal uygulamalar arasında bilgi paylaşımının sağlanması;
3. Kullanıcılar arasında isakisini destekleyecek bir iç mesajlaşma sisteminin kurulması;
4. Gerekli zamanlarda sistemden otomatik mesajların yaratılması;
5. Tüm aşamalar için gerekli takip sisteminin kurulması;
6. Bayiler için sofistike bir simülasyon aracı kurulması ve böylece bayi, müşterisiyle görüşürken, farklı finansman alternatiflerini yaratabilmesinin sağlanması;
7. Düzensiz ödeme olanakları gibi geniş yelpazede finansman ve ödeme alternatiflerinin yaratabilmesi;
8. Teklif ve kredi başvurusu aşamalarında otomatik ve parametrik kontrollerin sağlanması;
9. KKDF, BSMV, KDV, Damga Vergisi gibi tüm vergilerin sisteme dahil edilmesi;
10. Haberler, linkler, download'lar, eğitim gibi içeriklerin kolaylıkla yönetilebilmesi, böylece sistemin yalnızca kredi başvuruları amacıyla değil, farklı amaçlarla da kullanımının teşvik edilmesi;
11. Tamamiyle esnek, fonksiyona özel kullanıcı hakları yönetiminin sağlanması;
12. Parametrik yapı nedeniyle yüksek miktarda esneklik;
13. Sonuçta, kredi başvuruları ve sözleşmelerle ilgili işlemlerin en az %95'ini bu platformda gerçekleştirmesi.

Bu hedefler doğrultusunda Nexum Bogaziçi tarafında DaimlerChrysler Services Türk için hazırlanan proje, asagidaki dört ana bölümden oluşturuldu:

### 1. Finansal Ürün Gelistirme ve Ürün Yönetimi

Bu modülün amacı, yeni finansal ürünler (tüketici kredisi ve leasing gibi) yaratabilmeyi, varolan finansal ürünler üzerinde gerekli durumlarda değişiklik yapabilmeyi sağlamaktır; diğer bir deyişle, 2. bölümde belirtilmiş olan sorunlardan ilkinin çözümü amaçlanmaktadır. Finansal ürünler yaratılırken, minimum karlılık kriterlerine ve benzeri hesaplamalara dayalı kontroller yer almakta; böylece, ürünü yaratan

yetkililerin belirli sınırlar dışına çıkmaları engellenmektedir. Ancak ürünü yaratan departmanlar, belirlenen kontroller içinde, faiz, vade ve taksit gibi finansal parametreler üzerinde istedikleri değişiklikleri yaparak, son derece esnek biçimde yeni finansal ürün ve kampanyalar yaratabilirler. Tüm bu işlemler, hiçbir teknik bilgi gerektirmeksizin yapılabilir. Burada geliştirilen ürünler, arzu edilen tarihler arasında, bayilerin kullanımına açılır ve bayiler, bu ürünlerden yararlanarak müşterilerine, almak istedikleri aracın finansmanı için yeni teklifler verebilirler.



## 2. Teklif, Kredi Başvurusu ve Sözleşme Yönetimi

Finansal Ürün Geliştirme ve Yönetim Modülü kullanılarak geliştirilen ürünler, daha sonra belirlenen tarihler arasında bayiler tarafından yeni teklifler oluşturmak ve bu teklifler sonucunda oluşan kredi başvurusu sürecine başlangıç oluşturmak için kullanılabilir. Özellikle uygulama içerisinde yer alan simülasyon aracı sayesinde, farklı veri girişlerine uygun olarak birkaç saniye içerisinde detaylı teklif hesaplamaları offline olarak da gerçekleştirilebilir. Böylece İnternet'in görece düşük hızlarından minimum oranda etkilenilir. Bayiler, satın alacakları aracı finanse etmek isteyen müşterileri için hızlı teklifler oluşturabilir, bu teklifleri müşterilerinin kullanımı için print edebilir ya da emaille gönderebilirler. Müşteriye sunulan teklifler sonrasında oluşturulan kredi başvuruları ve sözleşmeler ise bayi satış yetkilileri ve DaimlerChrysler Services Türk yetkilileri tarafından tek bir ekrandan izlenebilir. Burada en önemli amaç, bu çalışmanın 2. bölümünde belirtilen "kredi başvuru sürecinin otomasyonu"

ihtiyacini karsilamak, böylece hem isakisindaki tüm yetkililerin bilgiye ulasmalarini kolaylastirmak, hem de maliyet faydaları elde edebilmektir.

### 3. İç Mesajlasma Sistemi

Bu sistemle, kredi basvurusunun asamalarına dair, otomatik mesajlar yaratilir ve mesajlar, dogru zamanda dogru kisiye gönderilir. Burada ana amaç, isakisina dahil olan tüm bireylerin, kredi basvurusu süreci ile ilgili tam ve dogru bilgiye ulasabilmesini saglamaktır. Böylece, bu bilginin alınabilmesi için gerekli olacak telefon ve faks gibi alternatif yöntemlere gerek kalmayacak, önemli verimlilik ve etkinlik faydaları saglanacaktır.

### 4. İçerik Yönetim Sistemi

Yukarıda belirtilmiş olan tüm öğelerin yani sıra, sistemin bayiler tarafından kullanımını destekleyecek, DaimlerChrysler dünyasındaki gelişmeleri bayilere aktarmayı sağlayacak bir İçerik Yönetim Sistemi ile sistemin yetkili iç kullanıcılar tarafından güncellenmesi sağlanmıştır. Böylece, HTML gibi herhangi bir dil ya da teknik bilgi gerekmeksizin, B2B sitesinin en önemli bölümleri kolaylıkla güncellenebilir.

Proje, bu ana bölümlere yardımcı olarak, raporlama araçları, parametre yönetimi, kullanıcı yönetimi ve kişiselleştirme gibi sistem yönetim modülleriyle desteklenmiştir. Parametre yönetimi modülleri, sistem içinde hesaplamalarda kullanılacak vergi oranlarından, bayiye ve merkezdeki yetkililere, yeni finansal ürün ya da teklif yaratırken verilecek esneklik oranlarına kadar pek çok sistem parametresini, DaimlerChrysler Services Türk yetkililerinin belirleyebilmesini sağlar. Kullanıcı yönetimi, sistem yöneticileri tarafından, kişilerin belirli rollere atanmasını, bu roller için geçerli olan kullanıcı haklarının da, bu kullanıcılara aktarılmasını amaçlar. Kişiselleştirme modülü ise, farklı ürünler ve markalar satan bayilerin, farklı arayüzler görebilmesini, kullanıcı tipine uygun arayüzlerin ona sunulmasını sağlar.

## **4. Özet Değerlendirme**

Finans sektörü, doğru bilgiye doğru anda ulaşmanın en gerekli olduğu sektörlerden biridir; aksi durumda karşılaşılan maliyetler çok yüksek olabilir. Bu nedenle, özellikle bayiler aracılığıyla müşterilerine ulaşan finans kuruluşları, bayileriyle doğru ve düzenli bilgi akışına ihtiyaç duymaktadır. Kredi başvurularında tüm aşamaları ilgili tüm yetkililere gösteren; işakışlarını İnternet üzerinden, merkezle bayiler arasında otomatize edecek ve süreçte yer alan tüm bireylerin bilgiye doğru anda ulaşmasını sağlayacak uygulamalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda, örnek bir proje olarak incelenen ve yukarıda değerlendirilen POS projesi ile, Türkiye'deki önde gelen finans kuruluşlarından DaimlerChrysler Services Türk, bu ihtiyaçları karşılamayı amaçlamaktadır. Sistem, finansal ürünlerin yaratılmasından tüm bayilere

aktarilmasina, bayilerin bu ürünlerden yararlanarak olusturdulari kredi basvurularina kadar çok çeşitli isakislarini içermektedir. Projenin en önemli hedefi, tüm kredi basvurulari ile ilgili işlemlerin en az %95'ini Internet ortaminda gerçeklestirerek önemli maliyet avantajlari elde etmek, bayilerin ve merkezdeki yetkililerin dogru bilgiye dogru zamanda ulasabilmelerini saglamaktir. DaimlerChrysler Services Türk, "POS" projesinin oldukça yüksek miktarlarda tasarruf yaratmasini ve proje hayata geçtikten sonraki yilin ilk yarısında elde edilen tasarruflarin proje bedelini asmasini öngörmektedir.

Bu projede kritik basari faktörü olarak dikkat çeken en önemli unsurlar asagidaki gibi siralanabilir:

1. Isakislarinin tam olarak elektronik ortamda yansitilabilmesi için, proje öncesinde çok detayli analizler gerçeklestirilmeli, süreçlere dahil olan tüm yetkililerin veri ve bilgi ihtiyaçlari degerlendirilmelidir. Tüm finans kuruluşlarinin isakislari birbirinden farklı olabileceginden, her proje kendi içinde ayri bir bütün olarak degerlendirilmeli, bir kurulusta gerçeklestirilen çalismaların, herhangi bir baska kurulusa direk uygulanmasinin pek mümkün olmadigina dikkat edilmelidir. Bu nedenle bu projelerin en önemli asamasi, program kodlari yazilmaya baslamadan önce gerçeklestirilecek olan analiz asamasiidir.
2. Sistem, finansal ürünleri yaratan merkezdeki yetkililere ve müsteriyle dogrudan iliski içinde olan bayilere gerekli esnekligi saglamalidir. Bu esneklik, merkezde yalnızca belirli kullanicilarin erisebilecegi parametrik yapı ile desteklenmelidir. Parametrik yapı sayesinde, uygulamanin tamamında kullanılacak parametreler merkezde bir defa belirledikten sonra, uygulamanin tamamina yansitilabilmelidir.
3. Sistem, modüler olarak düşünölmeli, sistem parçaciklari, birbiriyle konusabilen üniteler olarak hazirlanmalidir. Böylece, sistemin güncellenmesi gerektiğinde, parçaciklarin yalnızca gerekli olanlarini değıstirmek mümkün olacaktır. Modüller, ürünlerin yaratilmasindan müsteriye sunulmasına ve ödemelerin takibine kadar tüm asamalari içermelidir.
4. Özellikle ülkenin geneline yayilmis olan bayilerin, görece düşük Internet hizlarindan kaynaklanan baglanti sorunlariyla karsilasmamalari için, sistem, belirli noktalarda *offline* işlem yapabilmeyi mümkün kilacak ek modüllerle desteklenmelidir.

---

<sup>1</sup> Fischer, Layna. "Excellence in Practice Volume III: Innovation and Excellence in Workflow Process and Knowledge Management", Future Strategies Inc., Book Division, Lighthouse Point, Florida, USA, 2000

<sup>2</sup> Hayami, H., Katsumata, M. "Interworkflow : A Challenge for Business to Business Electronic Commerce" (Workflow Handbook 2001), Future Strategies Inc., Book Division, Lighthouse Point, Florida, USA, 2000