StratejiCo.

Dijital Ekonomi: PayPal'ın Gelecek Perspektifi

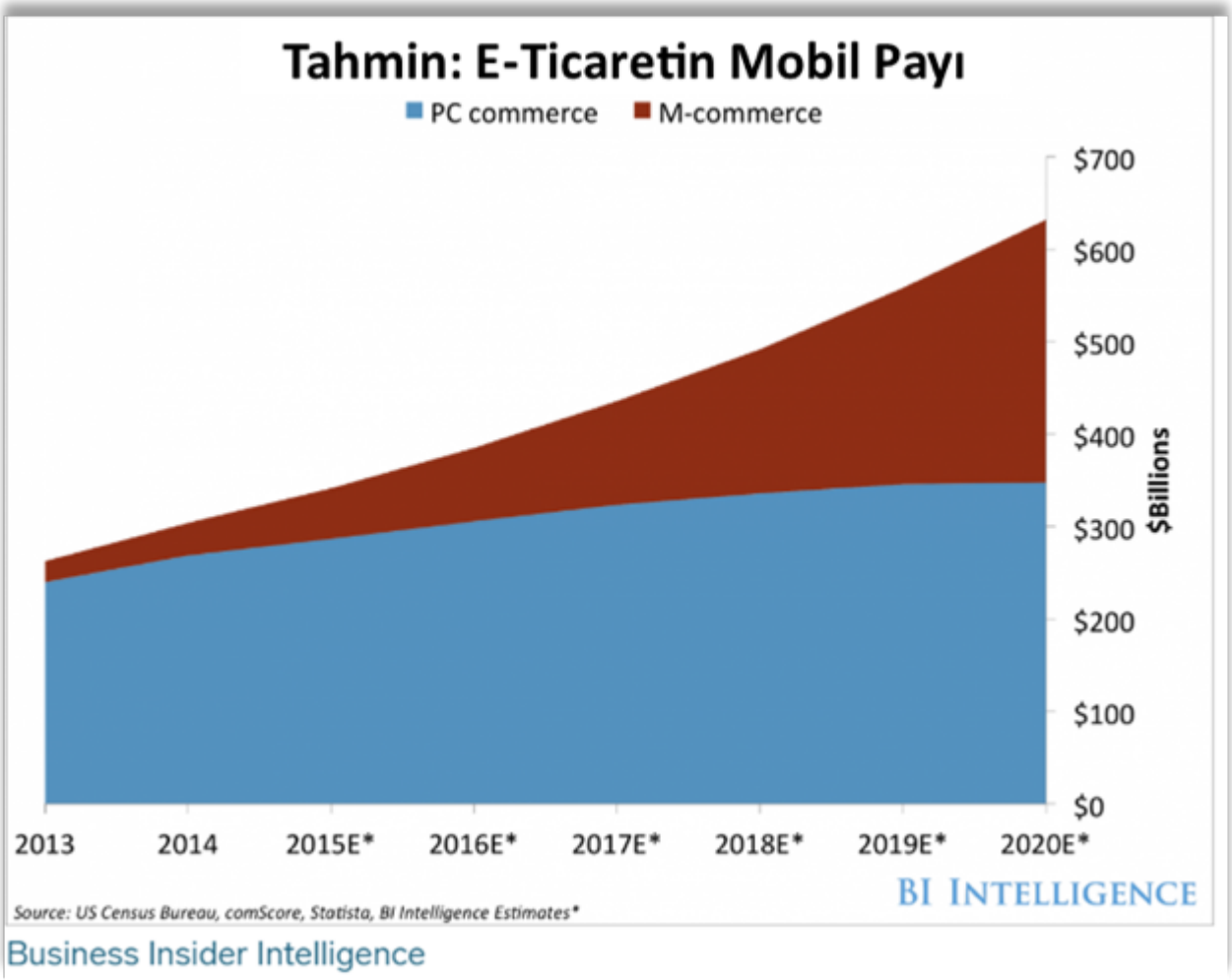
Yazar: Yazar: Fatih Emir Kesikci
İletişim: email

23 Ocak 2020

Son yıllarda finansal teknoloji alanındaki çözümler giderek artmaya ve hayata pratik açılımlar getirmeye başladı. Kripto para ve internet üzerinden ödeme yapabilmemiz de **[FinTech]** (finansal teknoloji) şemsiyesinin altında toplanıyor. Bu yazımızda finansal teknoloji alanındaki global ölçekte öncü **{PayPal}** şirketini inceleyeceğiz.

PayPal’ın Gelecek Perspektifi

PayPal, küresel vizyona sahip online bir ödeme ve para transferi sistemidir. Şirket, tüketicilerin daha geniş bir alanda alışveriş yapmasını kolaylaştırılıp genellikle PayPal ağı üzerinden daha fazla ödeme yapılmasını hedeflemektedir. PayPal'ın bu bağlamda toplayacağı veri ile, satın alma denkleminin her iki tarafındaki memnuniyeti artırabileceği fark edildi.



Business Insider'ın veri tahminine göre 2020 yılına kadar ABD'de perakende satışlarının mobil kanallarda artış göstereceği tahmin edilmektedir.

Ortaklık Yapıları ve Hedefler

Geniş e-ticaret pazarlarının gelişmesini öngören PayPal, 2015 yılı itibariyle geniş bir ticari ortaklık yapısına ulaşma kararı aldı. Bu kapsamda çeşitli şirketlerde geniş ticari gruplar üzerinde bir ortaklık yapısı kurma hedefinde ilerlemeye başladı. PayPal tüketici davranışlarının değişmesi ve nerede olursa olsun insanların satın alma faaliyetlerinin bir parçası olduğundan emin olmak istiyordu [1].

2015'teki hedefler doğrultusunda belki de bu değişimin en tartışmalı kararı, 2016 yılında Visa ile ortaklık kararı oldu. Bu ortaklık, Visa ağı ile daha fazla entegrasyon sağlamıştır. Ancak, PayPal'ın artık herhangi bir ödeme işleminde birincil ödeme seçeneği olarak müşterinin PayPal hesabına öncelik vermediği saptanmıştır. Tüketiciler, PayPal altyapısını kullanırken herhangi bir işlem için istenen ödeme yönteminin çoklu olarak seçilebilir olması istenen bir durum değildi [2].

Visa ile ilişkinin faydası, PayPal'ın ağında işlem yapılacak hacmin artmasıydı. Öte yandan, şirket içi ve dışındaki insanlar, bu değişikliğin şirket ekonomisine zarar vereceğini düşünüyordu. Başka hizmetler sağlayıcılar ile ödeme seçenekleri sunulması marjlarını azaltacak bir unsur oluşturmasından endişe duyuluyordu [2].

PayPal Kültürel Dönüşüm Hamlesi

Şirket, Paydiant ve Xoom gibi diğer kuruluşları satın alarak kilit bir hamle yapmıştır. Schulman ve ekibi, satın alınan şirketleri PayPal'a daha uyumlu bir şekilde entegre etme sürecini ve buna bağlı teknolojik dönüşümü başlatmış oldu [4]. Böylece teknolojiler ve ürün felsefeleri daha sıkı bir şekilde entegre edilmiş ve tüketiciler için daha iyi ürün deneyimleri oluşturmak amacıyla bir araya getirildi. Yeni liderlik ekibi ve orta düzey yöneticiler, tüketiciler için daha zengin ve daha sorunsuz bir uçtan uca deneyim sağlamak amacıyla ürün yapılarında işe yarayacak kararlar alma yetkisi kazanmaya başladı.

2015'te ana hedeflerden biri de PayPal'ın küresel anlamda açık bir platform olmasıydı. Şirket olarak One Touch (Tek Dokunuş) gibi kullanılabilirliği arttıran özellikleri başarılı bir şekilde uygulamak için hep birlikte çalışmaya devam ediyordu. 2017 yılına kadar odak nokta ise,"PayPal'ın global ölçeğini ve kapsamını müşterilerimize duyurabilmek"olarak belirlenmişti [3]. Bu kapsamda, daha önce Yahoo! 'da dokuz yıl geçirmiş olan Mark Morrissey, PayPal' a 2015 yılında ürün geliştirmeden sorumlu başkan yardımcısı olarak katıldı. Bu vizyonu ürün düzeyinde uygulamak zorunda olan kilit kişilerden birisiydi.

> Finansal hizmetler endüstrisinin niteliği göz önüne alındığında, tüm bu konulara hitap eden kesintisiz bir çözüm oluşturulması, şirket içinde tamamen yeni bir yöntem ve çalışma biçimini beraberinde getiriyordu.

PayPal Tek Dokunuş | One Touch

Şirketin yaptığı en büyük ürün değişikliklerinden biri PayPal Tek Dokunuş'un (One Touch) tanıtılması olmuştur. Önceden tüketicilerin bilgileri PayPal kullanımı sırasında ticari siteler ve konumlar arasında taşınırken kişisel bilgilerini tekrar girmeleri gerekmekteydi. PayPal One Touch tarihinin en hızlı benimsenen ürünlerinden biri haline geldi. Oturum açma adı ve şifre gerektirebilecek diğer ödeme araçlarının aksine, müşteri bir kez kabul ettiğinde, One Touch müşterilerini seçili cihazlarının arka planında sorunsuz bir şekilde doğrular.

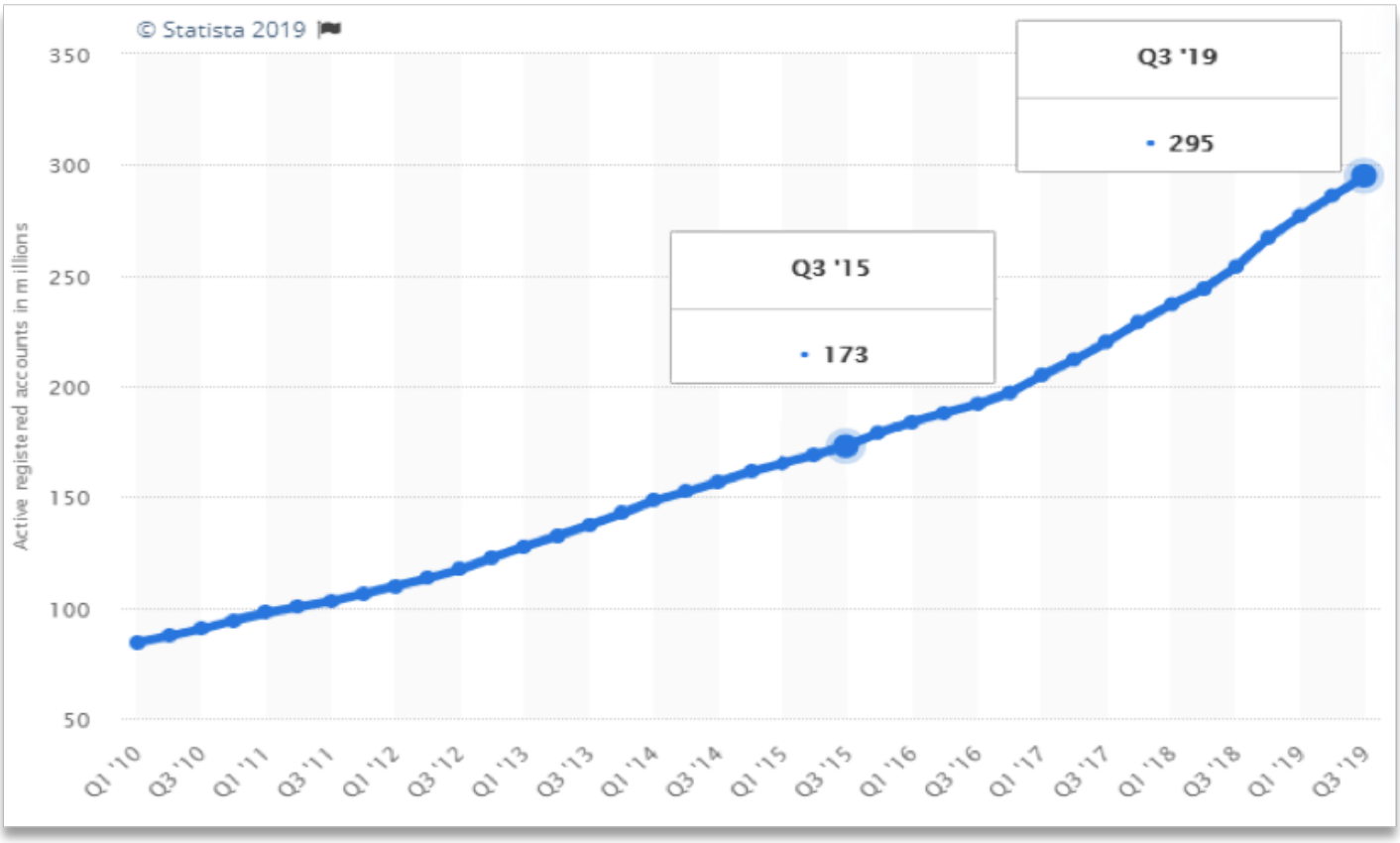
2016 yılı itibariyle, küresel bazda 21 milyon tüketici One Touch ödeme deneyimini kullanmıştır. 2015 yılının dördüncü çeyreğinde ise PayPal'ın faaliyet gösterdiği 203 pazara ek olarak 59 pazar daha eklenmiştir . Artık tüketiciler, PayPal'ı kullanırken birden fazla e-ticaret platformunda bu tür bir kolaylıklardan faydalanabilir hale gelmiştir. PayPal Tek Dokunuş özelliği, işlemlerin çevrim oranlarını, eski sistemlere oranla neredeyse iki katına çıkararak ortalama %87,5'e ulaştırmıştır [3].

Yorumlar

Tüketici alışkanlıklarının sanal platformlar ve e-ticaret üzerine eğilim göstermesi şirketin gelecek stratejisinde varlığını etkin olarak sürdüreceğini göstermektedir. Bu kapsam ve hedeflerle birlikte yeni ödeme prensipleri ve fintech ekosistemindeki gelişmeler şirketin ilerleyen dönemlerdeki kârlılığını ve kullanım durumunu arttırabilecek etkenlerdendir.

Şirket adına çapraz fonksiyonel çalışma kültürünü yapılandırmış olması, ürün ve hizmetlerinin çoklu bakış açıları ile geliştirmesi bir diğer artısı olarak görülmektedir. Çalışma kültüründeki ve üretim faaliyetlerindeki temel değişiklikler sayesinde küresel pazardaki varlığını korumayı başardı. Öte yandan, dijital para transferlerinin ve ödeme alışkanlıklarının gelecek dünyadaki en önemli ve deneyimli şirketi olarak kalması beklenmektedir.

PayPal 2019 yılı itibariyle (Statista 2019 verilerine göre) yaklaşık olarak 295 milyon aktif kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Özellikle 2015 yılı 173 milyon olan aktif kullanıcı sayısı, şirket kültüründeki değişim ile önemli bir ivme kazanmıştır. Çalışma felsefesindeki değişimin de etkisiyle %60 oranında ek bir aktif kullanıcı sayısı kazanmıştır.



Kaynaklar

[1] http://radar.oreilly.com/2014/07/transparency-and-transformation-at-paypal.html

[2] Telis Demos, "PayPal Shares May Suffer Their Worst One-Day Drop on Visa Deal," The Wall Street Journal, July 22, 2016, https://www.wsj.com/articles/paypal-shares-may-suffer-their-worst-one-day-drop-on-visa-deal-1469208534

[3] https://www.businesswire.com/news/home/20160419005635/en/New-comScore-Study-ShowsPayPal-Online-Checkout

[4] https://www.finextra.com/blogposting/11221/paypals-acquisition-of-xoom

Soru ve Yorumlar Makale hakkındaki soru ve görüşlerinizi duymaktan memnuniyet duyacağız. info@stratejico.com adresinden bize ulaşabilirsiniz.

Hakkımızda StratejiCo. 1987 yılından beri uluslararası firmalara ve kamu kurumlarına araştırma, analiz, stratejik yönlendirme, itibar yönetimi, kriz yönetimi, kurumsal değerler ve ilişkiler, organizasyonel dönüşüm ve çevik yapı yönetimi, çalışan ve sendika ilişkileri, hükümetle ilişkiler ve topluluk bağlılığı ve katılımı alanlarında hizmet sunan iletişim ve ilişki yönetimi konularında uzmanlaşmış bağımsız bir stratejik danışmanlık firmasıdır.