

**Çipli kredi kartınızın şifresini henüz bilmiyorsanız
bankanızdan hemen öğrenin...**

**KREDİ KARTINDA
ŞİFRELİ ALIŞVERİŞ DÖNEMİ
YARIN BAŞLIYOR
(31 Mart 2006 Cuma)**

**Bankalararası Kart Merkezi (BKM)
kredi kartı ile alışverişlerde chip&PIN kullanımına yönelik
bilinç platformu oluşturmak amacı ile
yeni bir kampanya düzenliyor.
Ünlü sanatçı Okan Bayülgen'in rol aldığı
kapsamlı reklam kampanyası, kredi kartı kullanıcılarına ve
işyerlerine yönelik mesajlar taşıyor.**

Kredi kartı kullanıcılarına ve işyerlerine, kart sahtekarlığı, kopyalama, çalınma ve kaybolma risklerine karşı büyük bir güvenlik kalkanı oluşturacak chip&PIN uygulaması, Fransa ve İngiltere'den sonra Türkiye'de de yarın (31 Mart 2006 Cuma günü) başlıyor.

Bankalararası Kart Merkezi önderliğinde, tüm üyelerinin de katılımı ile 1999 yılından beri altyapı çalışmaları sürdürülen chip&PIN uygulamasının yarından itibaren hayata geçmesi ile, çipli kredi kart sahipleri yarından itibaren alışverişlerinde dört haneli şifreleri ile imzalarını tuşlayabilecekler.

Bankalararası Kart Merkezi, uygulamanın tüm kamuoyunca bilinirliğini sağlamak amacıyla, Ultra Reklam Ajansı tarafından hazırlanan ve tanınmış sanatçı Okan Bayülgen'in rol alacağı, kapsamlı bir bilinçlendirme kampanyasını da eş zamanlı olarak başlatacak. Okan Bayülgen'li chip&PIN kampanyasının ilk reklam filmi 31 Mart 2006 Cuma günü yayına girecek. 3 Nisan 2006'dan itibaren gazete, dergi, outdoor, sinema, radyo ve internet mecralarının yayınına başlanacak.

Yeni uygulamanın başlangıcı öncesinde düzenlenen basın toplantısına, Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü Sertaç Özinal, ULTRA Reklam Ajansı Başkanı Faruk Kaptan ve sanatçı Okan Bayülgen birlikte katıldılar.

Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü Sertaç Özinal:

**“Hedefimiz, chip&PIN’i, Okan Bayülgen’li
reklam kampanyamız ile geniş kitlelere duyurmak.”**

Toplantıda bir konuşma yapan Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü Sertaç Özinal, sistem alt yapısı konusunda 1999 yılından bu yana çalıştıklarını ve bu dönüşümün maliyetinin 2007 yılı sonuna kadar 650 milyon dolara ulaşacağını söyledi.

Özinal, bugün itibari ile toplam kredi kartları içinde chip&PIN uyumlu kredi kartlarının %68, yine chip&PIN uyumlu POS cihazlarının toplamda %94 oranına ulaştığını, bu oranların kısa bir süre içinde %100’e ulaşacağını belirtti.

Bu aşamadan itibaren bu yeni ödeme yöntemini kart kullanıcılarına ve üye işyerlerine tanıtmaya başlayacaklarını söyleyen Özinal, ünlü sanatçı Okan Bayülgen’in rol alacağı reklamlarla, geçen yıl yapılan banka kartı kampanyasında olduğu gibi başarılı bir sonuç elde edileceğine ve chip&PIN uygulamasının kısa zamanda yaygın olarak kullanılacağına inandığını sözlerine ekledi.

ULTRA Reklam Ajansı Başkanı Faruk Kaptan:

**“BKM’nin “chip&PIN” kampanyası bu güne kadar Türkiye’de bir sektörün
ortaklaşa gerçekleştirdiği en kapsamlı bilinçlendirme kampanyası olacak.”**

Ultra adına kampanyanın amaçlarını, kapsamını ve hedeflerini özetleyen Kaptan toplantıda “alışveriş ortamının lokomotifi olmasının yanı sıra, bireylerin hayatlarındaki en önemli vazgeçilmezlerden biri olan kredi kartlarındaki böylesine önemli bir değişim sürecinin iletişimi için, gerekeni yaptığımızı düşünüyoruz. Kampanyayı çok mecralı bir kampanya olarak planladık. Başta TV, Basın, Radyo, Outdoor, Sinema, Indoor ve İnternet olmak üzere bir çok alternatif mecra da kullanılacak.

Yaklaşık bir yıldan bu yana BKM yöneticileri, bankaların temsilcileri ve BPM LOOK ile bu projenin iletişim stratejisi ve mesajları için çalışıyoruz. Kampanya sonucunda beklediğimiz ise chip&PIN yöntemi konusunda gerek kart kullanıcılarının gerekse üye işyerlerinin yönetici ve çalışanlarının bilinçlenmesi, kullanmaya ikna ve istekli olmaları.” dedikten sonra konuşmasını şöyle tamamladı:

“Bankacılık sektörünün chip&PIN uygulamasını müşterilerine banka bazlı değil de ortak bir kampanya ile duyurma kararının, toplumsal dönüşüm istenen iletişimlerde ikna teknikleri açısından son derece doğru olduğunu düşünüyor ve diğer sektörlerde de örnek olabilmesini diliyorum.”

Okan Bayülgen:

“Komedi hızlı ve keskin bir şekilde bilince ulaşır.”

Basın toplantısına katılan ve kampanya için hazırlanan reklam filmini basın mensupları ile birlikte izleyen ünlü sanatçı Okan Bayülgen, “Komedi hızlı ve keskin bir şekilde bilince ulaşır” dedi. Bayülgen, böyle bir bilinçlendirme kampanyasında rol aldığı için mutlu olduğunu sözlerine ekledi.