

# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?



# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?



## Neden Müşteri Sadakat Kartı?

Müşteriyi tanımak, müşterilerin alışveriş alışkanlıklarını analiz edebilmek, müşteri odaklı pazarlama stratejileri geliştirebilmek, müşteri sürekliliğini sağlamak, müşteriye üst satış fırsatları oluşturabilmek, vb. nedenler ile sadakat kartları perakende sektörünün vazgeçilmezi haline gelmiştir.

Bugün pek çok şirket müşteri adaylarını müşteri, müşterileri tekrar müşteri, tekrar gelen müşterileri devamlı müşteri yapmak için katılımın ücretsiz olduğu ödül programları uygulamaktadır.

# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?



## Neden Müşteri Sadakat Kartı?

Müşteri kartlarının müşterilere sağladığı ayrıcalıklar;

- Puan kazanma,
- Puanı indirim olarak kullanma,
- Puanı hediye seçeneği olarak kullanma,
- Puan karşılığında alışveriş çeki verme,
- Alışverişlerinde sabahları gazete vermek
- Mağazanın kiosk'undan faydalanma,
- Mağazanın anlaşmalı olduğu diğer firmalardan indirim verme
- Mağazanın yaptığı kampanyalara katılma hakkı vermek



# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?



**Amerika'da perakendecilerin fraud kaynaklı yıllık kaybının USD 54 Milyar olduğunu biliyor muydunuz?**

**Müşteri Sadakat Kartları Usulsüz Kullanılırsa!**



Müşteri teşvik programı sunan şirketler kendi içlerinden gelecek olan sahtekarlık tehditlerine karşı etkin stratejiler geliştirmek durumundalar. Hallmark Kart kayıp önleme yönetimi şirketlerin kayıp önleme bölümleri sadakat programının amacı, hedefleri, programın işleyişi, program kapsamında verilen ödülleri detaylı olarak denetleyerek büyük kazanımlar sağlayabileceğini deneyimlemiştir.

Şirketler ödül programlarını iç eğitimler ile çalışanlarına aktarırlar ve performans baskısı ile uygulamaların başarısını sağlamak isterler. Bu durum bazen sahte kayıt gibi durumlara neden olur. Etik olmayan uygulama bir kez gerçekleştiğinde devami gelir ve şirketin karlılığına zarar verecek noktaya gelir.

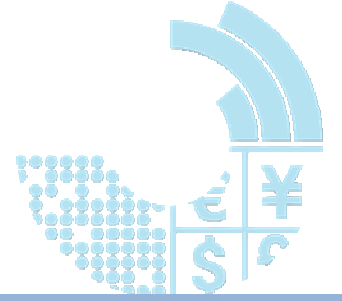
İngiltere'de bir IT çalışanı mahkemede sadakat kart hesaplarında hilekarlık yaparak \$10 milyon harcama ile kazanılabilecek olan \$13.000 kazandığını itiraf etmiştir.

**AIMS®**

Analitik Bilgi  
Yönetimi Çözümleri  
[www.aims.com.tr](http://www.aims.com.tr)



# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?



İngiltere'nin en eski marketler zinciri olan Sainsbury, IT çalışanlarından James Stevenson'ın "Nectar Puan" hırsızlığı yaptığını tespit etmiştir.

2002 yılından beri uygulamada olan Nectar İngiltere'de Sainsbury süpermarketler zinciri, benzin istasyonları ile Argos, Homebase gibi outlet'lerde kullanılan en geniş müşteri bağlılık kartıdır.

Uygulamada her £1 harcama için 2 puan, 1 lt benzin alımında 1 Nectar puan kazanılır. Aile üyeleri aynı hesaba eklenerek puanların tek bir hesapta toplanması sağlanabilir.

Kazanılan puanlar market içinde alışveriş esnasında veya anlaşmalı yerlerde harcanabilir. Örneğin £250 harcama sonrası 500 puan kazanılır ve bu bir sonraki alışverişte kullanılmak üzere £2.50 indirim olarak uygulanır.

**Stevenson çok sayıda sahte hesap oluşturmuş ve toplamda 14 milyon puan kazanmıştır. Buda £70.000 e tekabül etmektedir.**

# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?



Müşteri sadakat kartı kullanımlarında hileli davranışları engellemek için sadakat kart verileri üzerinde **sahtekarlık tespitine yönelik analizler** yapmak gerekir. Bu analizler ile risk içeren istisnai ve sıra dışı durumlar ve farklı istisnai durumlar arasındaki ilişkiler tespit edilebilir.

Sıklıkla karşılaşılan bazı durumlar;

- Çalışanların ödeme noktasında müşterilere kendi sahip oldukları kartları kullandırması,
- Aynı kartın aynı satış noktasında gün içinde dört defadan fazla kullanılması,
- Kartın müşteri bilgisi girilmeden aktive edilmesi, vb.

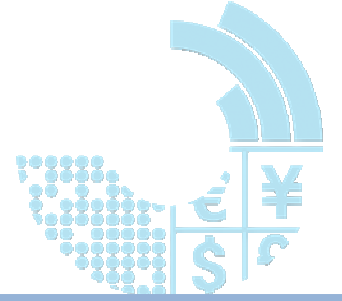
**ÇÖZÜM:** Loyalty kart kullanım verilerinin detaylı analiz edilmesi ve olası sahtekarlık izleri tespit edildiğinde hızlı aksiyon alabilme



**Nasıl? Analitik yaklaşım ile...**



# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?



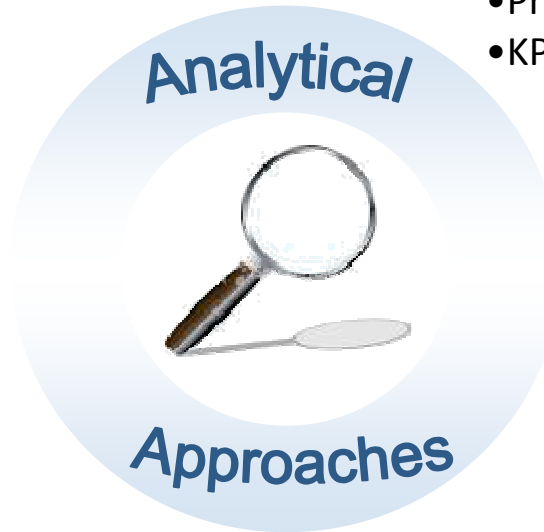
## Analitik Yaklaşımın Getirdikleri

### Görsel inceleme & Analiz

- Önemli varsayımların veya çıkarımların test edilmesi
- Yeni hedef kitleler ve segmentlerin keşfedilmesi
- Kritik durumların tespit edilmesi

### Tahminleme & Modelleme

- Müşterimizin bir sonraki hareketinin tahmin edilmesi
- Proaktif risk yönetimi
- KPP'lerin oluşturulması



### Geçmişe Yönelik Değerlendirme

- Dashboard lar
- Dinamik ve Gerçek Zamanlı Raporlar

# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?





# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?

## Analitik Yaklaşım...

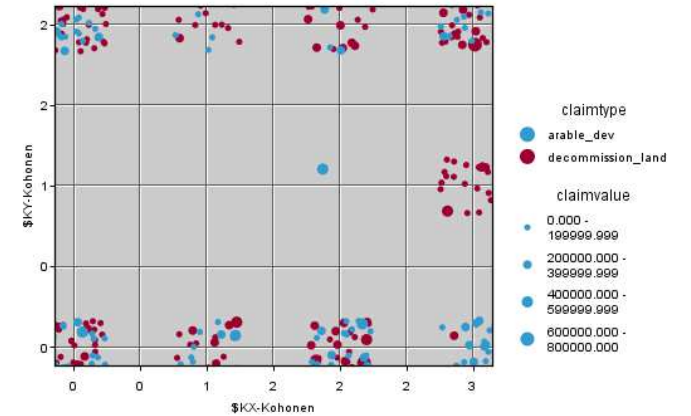
### 1. İş Kuralları - Süreçler

Sezgiler ve iş tecrübesinden yola çıkılarak bilinen durumların tespit edilmesi

### 2. Bilinen suiistimallerin modellenmesi :

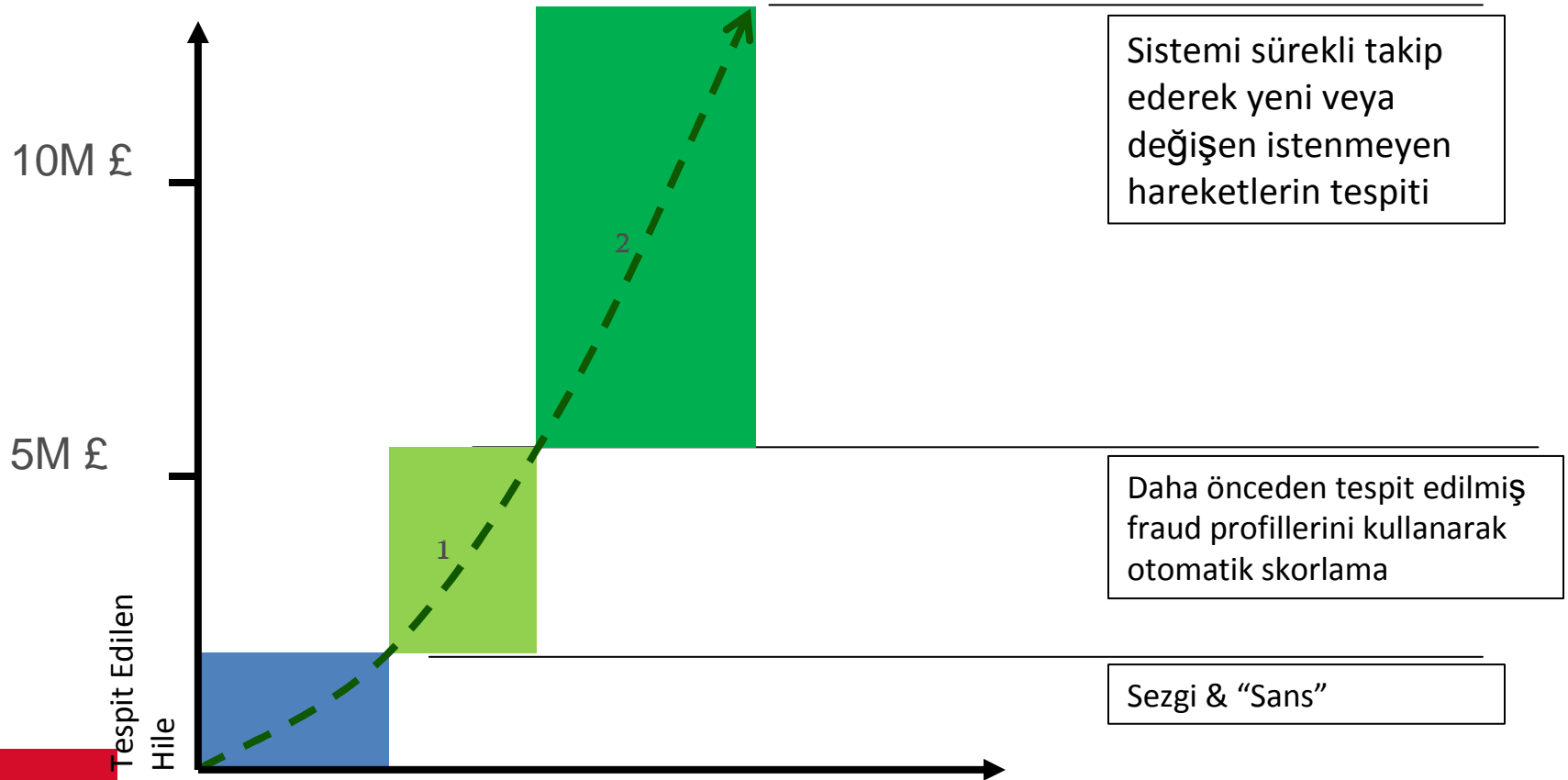
Geçmiş veri setindeki belirlenmiş durumlar kullanılarak model yaratılması,

### 3. Daha önce tespit edilmemiş, anormal davranış veya durumların öngörülmesi



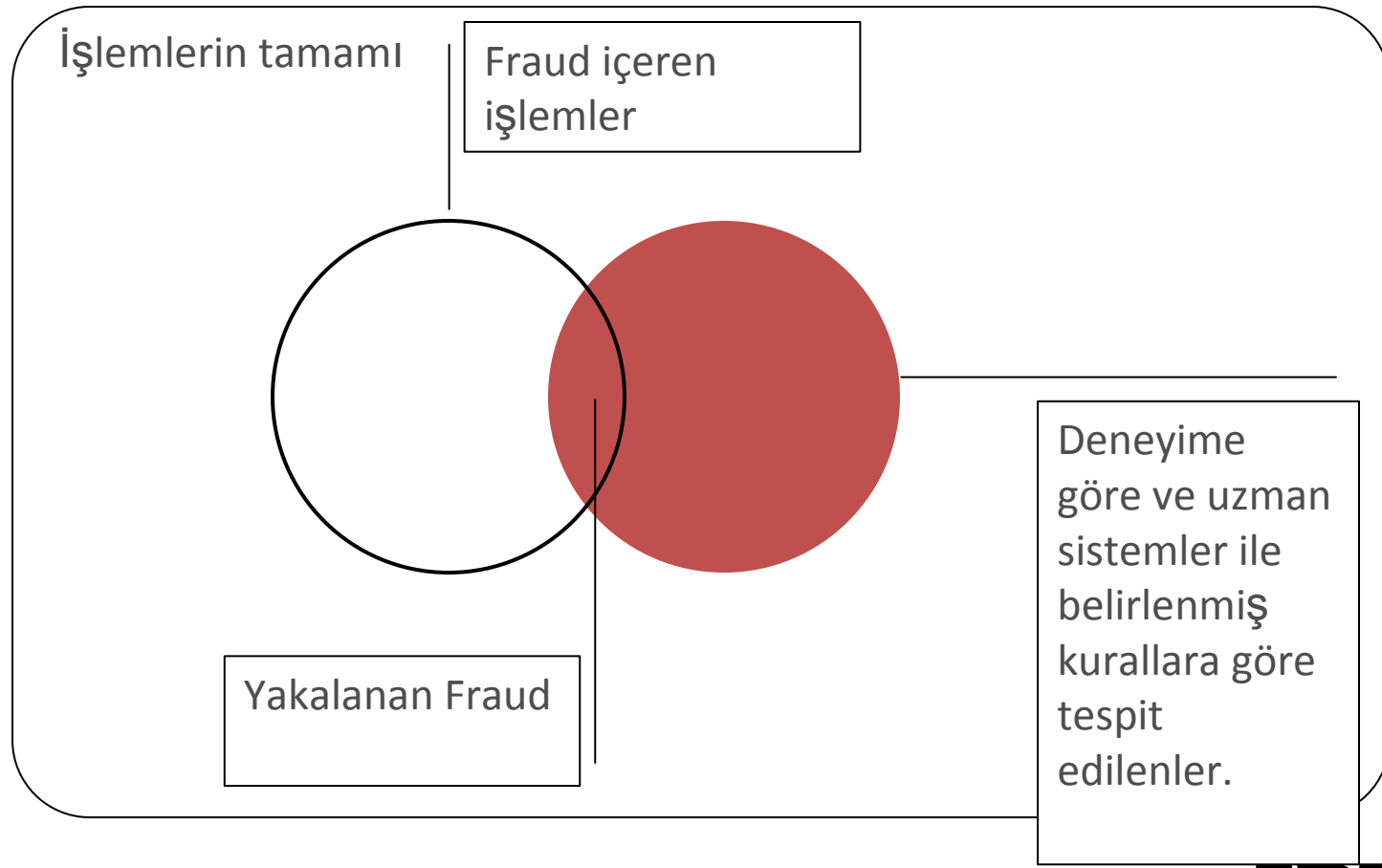
# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?

## Analitik Yaklaşım...



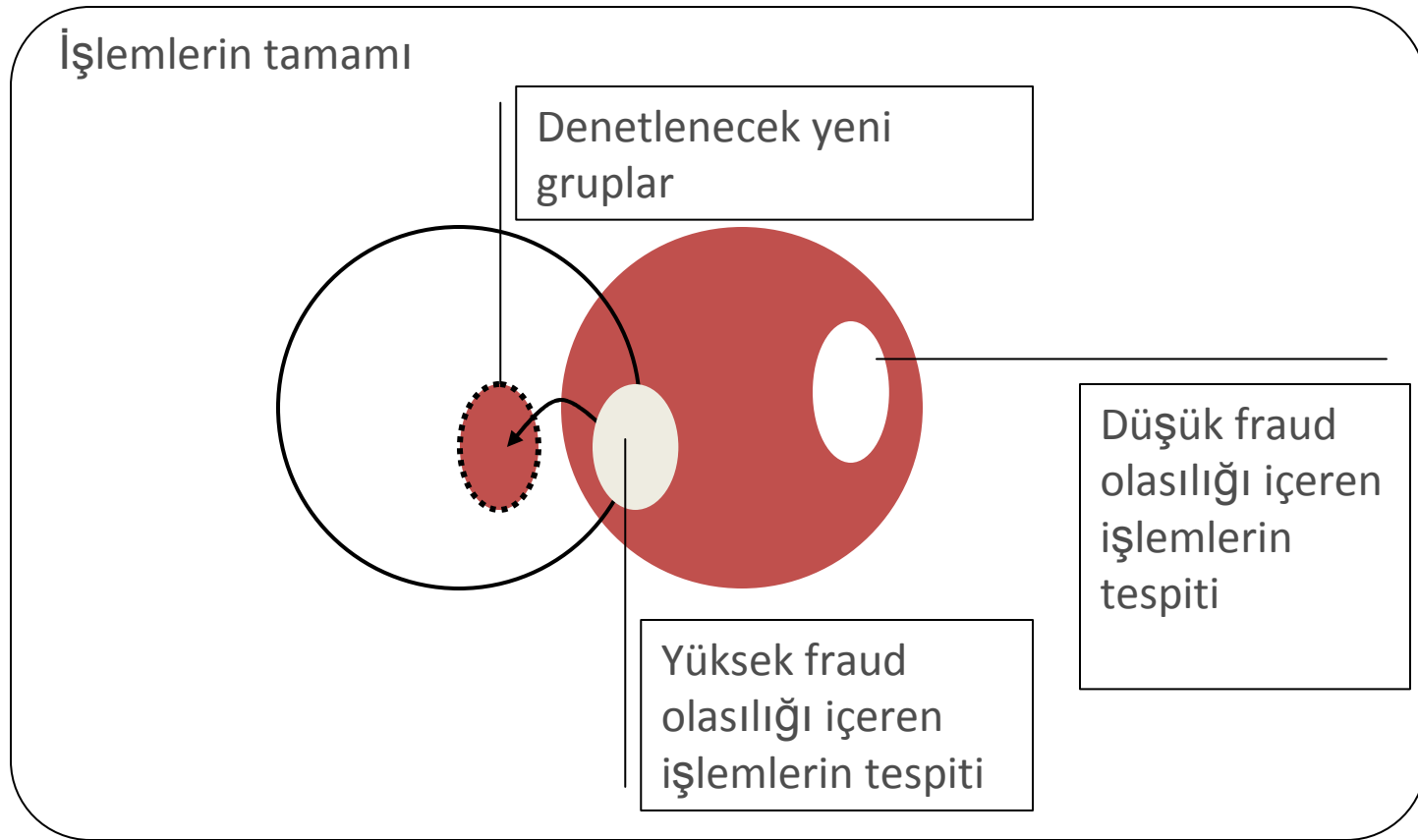
# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?

## Analitik Yaklaşım...



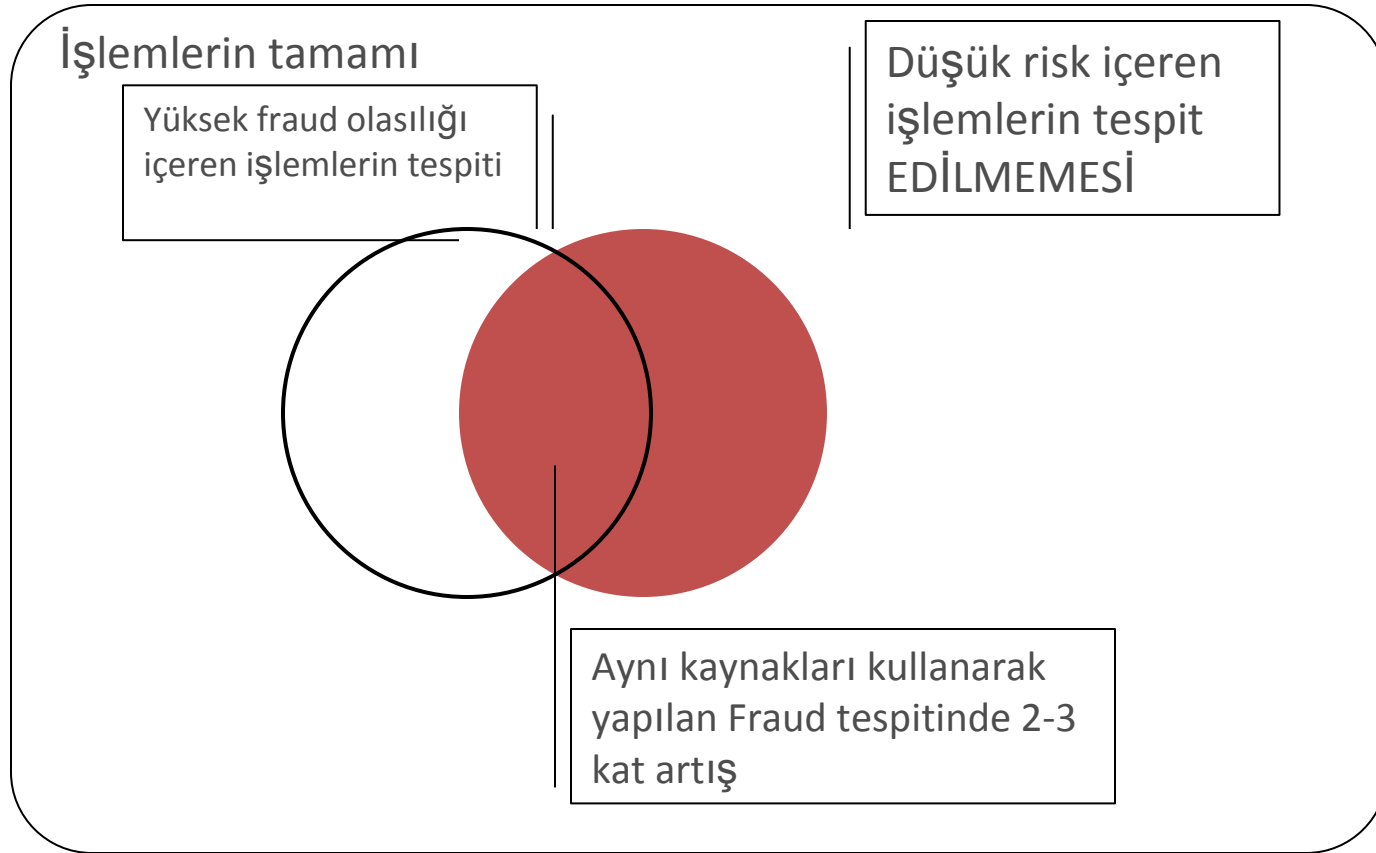
# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?

## Analitik Yaklaşım...



# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?

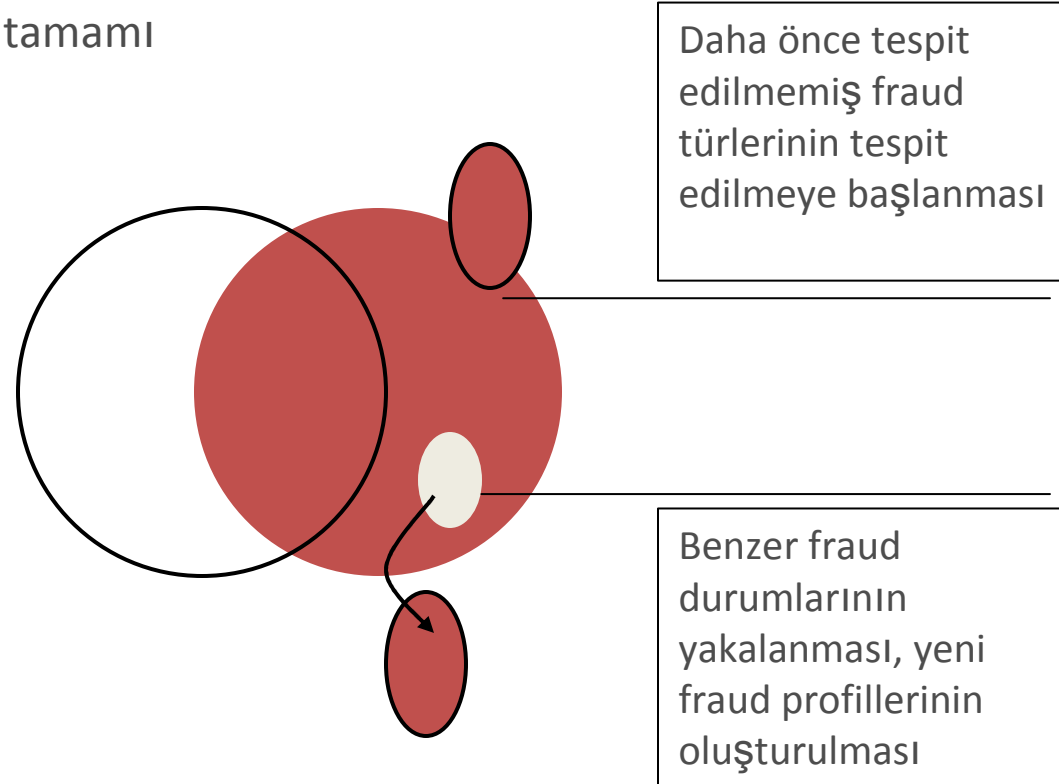
## Analitik Yaklaşım...



# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?

## Analitik Yaklaşım...

İşlemlerin tamamı

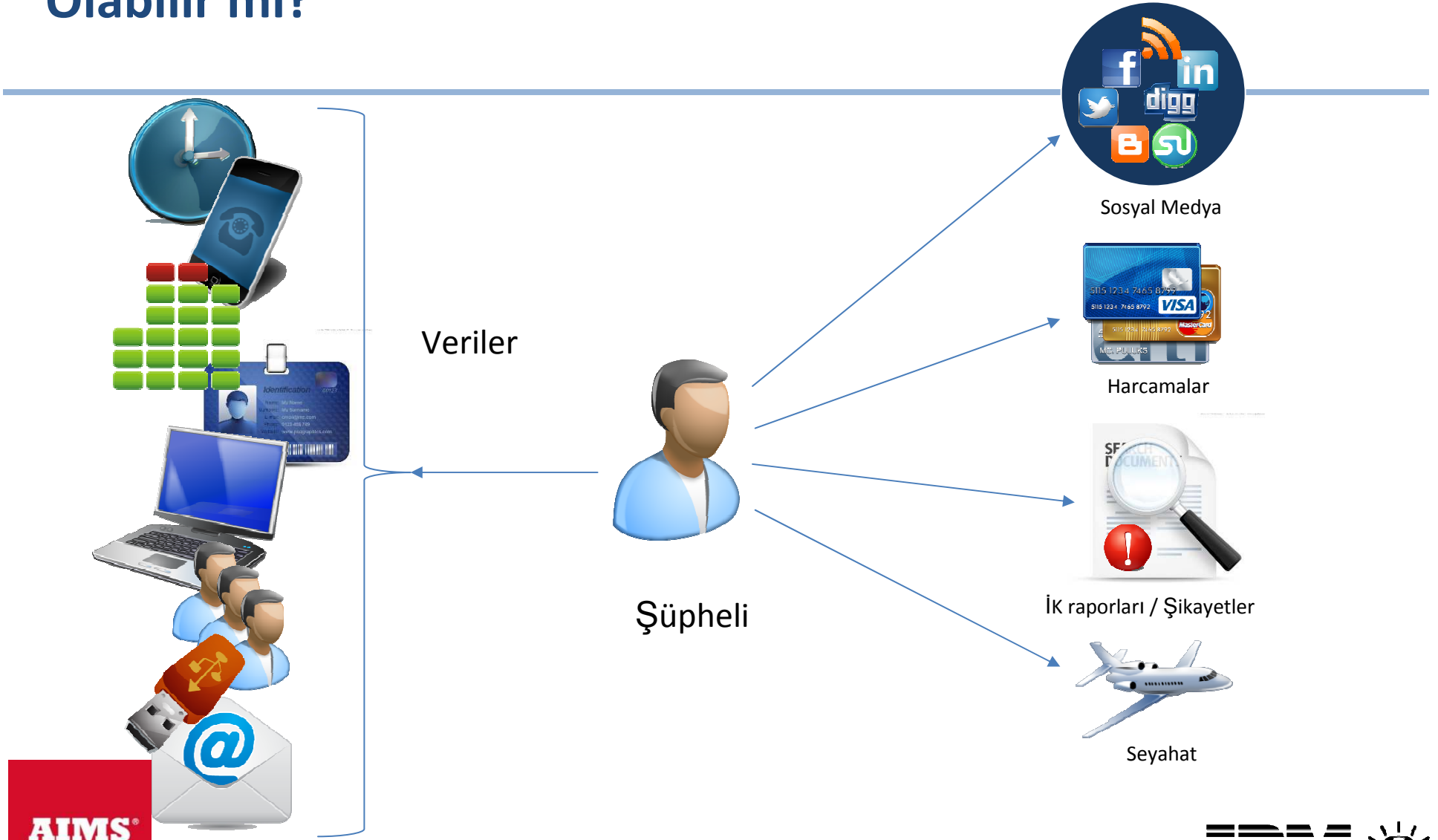


**AIMS®**

Analitik Bilgi  
Yönetimi Çözümleri  
[www.aims.com.tr](http://www.aims.com.tr)



# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?



# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?

Süper Marketler Zinciri

Loyalty Kartları amacının dışında mı kullanılıyor?????

**AIMS®**

Analitik Bilgi  
Yönetimi Çözümleri  
[www.aims.com.tr](http://www.aims.com.tr)





# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalınız Olabilir mi?

Süper Marketler Zinciri

## Loyalty Kartlar'ın kullanıldığı veriler

Alışveriş hareketleri

Alışveriş zamanı

Kasalar

Çalışanlar

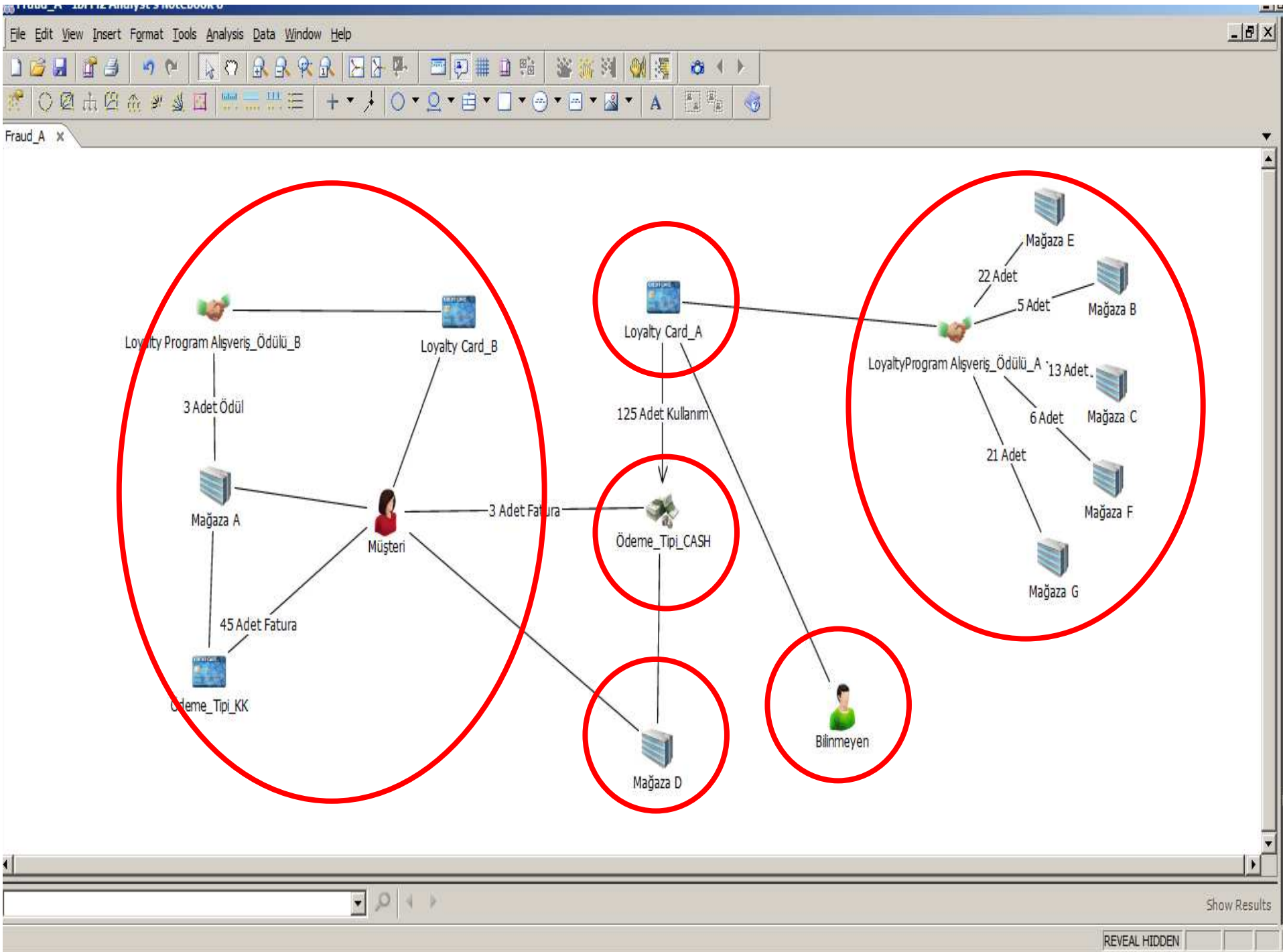
SPSS®

i2

**AIMS®**

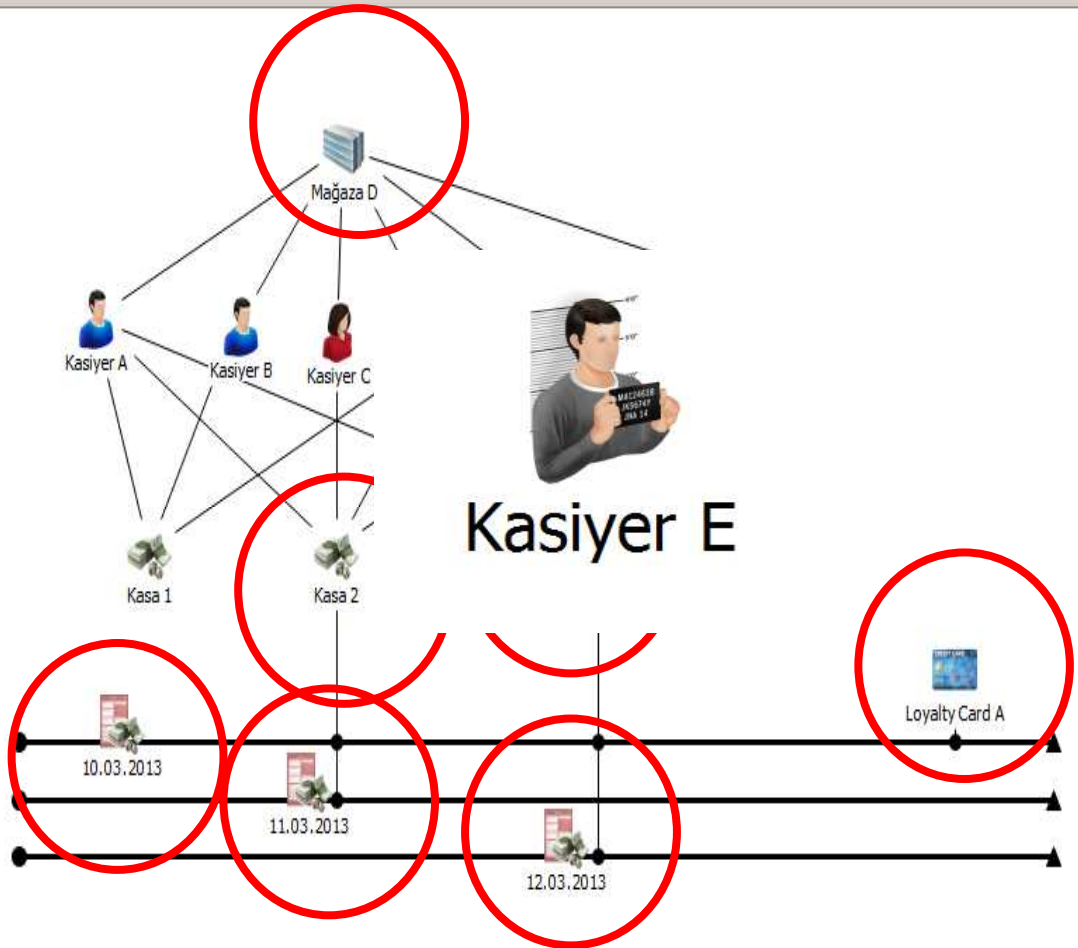
Analitik Bilgi  
Yönetimi Çözümleri  
[www.aims.com.tr](http://www.aims.com.tr)

**IBM®** 



Show Results

REVEAL HIDDEN



Data Sources

Overview

Show Results



# Müşteri Sadakat Kartlarınız Fraud Kanalı Olmasın!

---

## Teşekkürler

**AIMS Analitik Bilgi Yönetimi Çözümleri**