

Harvard Business School'un finans ve liderlik disiplinlerinde aynı anda incelediği ilk çalışma ING Bank Türkiye'nin dönüşüm hikâyesi oldu

ING Bank, Harvard Business School'un Türkiye'den vaka çalışması olarak seçtiği ilk banka oldu

Dünyanın en saygın eğitim kurumlarından Harvard Business School, ING Bank'ın Türkiye'deki dönüşüm hikâyesini MBA öğrencileri için bir vaka çalışması olarak inceledi ve hazırladığı çalışmayı profesyoneller için elektronik kitaplığından satışa sundu. ING Bank Türkiye'nin farklılaşma stratejisinin temelini, klasik kanalların çok dışında bir dağıtım ağı kurmak ve kurum kültürünü dönüştürmek olarak anlatan çalışma, Harvard Business School'da MBA eğitimi alıp geleceğin küresel iş dünyasının liderleri olmaya hazırlanan öğrencilere ders olarak verilecek.

Harvard Business School'un vaka incelemesi olarak işlenen "Oyakbank'tan ING Bank Türkiye'ye dönüşüm hikâyesi" okulun elektronik kitaplığından profesyoneller için satışa sunulmakla beraber vaka çalışması olarak MBA öğrencilerine okutulacak. Harvard akademisyenleri Paul Healy ve Gautam Mukunda ile HBS İstanbul Araştırma Merkezi Yönetici Direktörü Esel Çekin tarafından ortaklaşa kaleme alınan çalışma ING Bank Türkiye'nin farklılaşma stratejisini klasik bankacılık kanallarının çok dışında bir dağıtım ağı kurmak ve kurum kültürünü de yine bankacılık klasiğinin çok ötesinde dönüştürmek olarak ele alıyor.

Vaka çalışması, ING Bank Türkiye Genel Müdür Pinar Abay ve ekibinin göreve geldiği Ekim 2011 tarihinden itibaren odaklandıkları 2 ana konuyu mercek altına alıyor. Yönetim ekibinin bankadaki kurum kültürünü dönüştürme ve yeni nesil bankacılık uygulamalarını hayata geçirme çalışmalarının Bankanın pazardaki durumuna nasıl olumlu etki ettiğini anlatıyor.

ING Bank, Harvard Business School'un Türkiye'den vaka çalışması olarak seçtiği ilk banka oldu

2011 yılında ING Bank Türkiye'ye en genç Genel Müdür olarak atanan Pinar Abay şunları söyledi;

"Atandıktan sonra ilk olarak tüm bölge ofislerini ve şubeleri teker teker ziyaret ettim. Çağrı Merkezi'nde müşteri telefonlarına bizzat çıkarak, ING Bank'ı, sistemi, çalışanları ve müşterileri mümkün olduğu kadar yakından tanımaya çalıştım. Bankamız'da önce kurum kültürünü yenilemeye başladık ve birbirini seven, işine tutkuyla bağlı bir yönetim ekibi kurduk. Vizyonumuzu bankacılık lisansına sahip teknoloji şirketi olmak şeklinde belirledik. Bankacılığı geleneksel yöntemler ve kanalların çok dışında algıladık ve buna göre uyguladık. Birlikte yaratmaya ve iş birliğine odaklı bir kurum kültürü yarattık. HBS'de vaka çalışması olarak işlenen bir dönüşüm sürecine beraberce imza attık."

ING Bank sektöre getirdiği yeniliklerle bu hikayenin yazılmasını sağladı

“ING Bank Türkiye'nin farklılaşma stratejisinin temelinde inovasyona dayalı iş modeli ve kurum kültürünü dönüştürmek yatıyordu. Yeni nesil dijital bankacılık yapmak ve bu alanda en iyi müşteri deneyimi yaşatmak için yıllık 100 milyon dolarlık bir teknoloji yatırımı yapıyoruz. Öyle ki bugün geldiğimiz noktada diğer ING ülkelerine inovasyon ihracatı yapmaya başladık.

Büyüme stratejimizde, klasik kanalların çok dışında bir ađ kurduk. PTT şubeleri, elektronik mağazalar ve süpermarketler gibi daha önceden hiç denenmemiş yeni kanallara yatırım yaptık. Türkiye'nin 2. büyük havayolu Pegasus ile iş ortaklığı ve mobil bankacılık uygulamalarımız da aynı stratejinin bir ürünü olarak hayatımıza girdi. Bu stratejinin meyvelerini kısa sürede almaya başladık.

Bugün ING Bank'ın tüketici kredilerinin yaklaşık %30'u maliyetleri son derece düşük olan alternatif kanallardan satılıyor, ATM gelirleri ise 3 katına yakın artırıldı. Çok daha az maliyetli alternatif kanallarda büyümemizi sürdürüyoruz.

Diđer yandan Türkiye'nin lider tasarruf bankası olma hedefimizde 1.3 milyon müşteriye ulaşan lokomotif ürünümüz Turuncu Hesap ile Türkiye'de tasarrufu tabana yaymaya devam ediyoruz.”

ING Grubu Hakkında

ING Grubu, Bankacılık, Sigorta ve Varlık yönetimi alanlarında faaliyet göstermekte olan dünya çapında bir finansal hizmetler şirkettir. ING Grubu, 40'tan fazla ülkede 52 bin çalışanıyla hizmet vermektedir. Her zaman değişime öncülük eden ING Grubu, tüm dünyada faaliyet gösterdiği ülkelerde üretime, tasarrufa, girişimciliğe, yenilikçiliğe, yaratıcılığa güç katmak hedefini taşımaktadır. Sürdürülebilirliği iş modelinin ana prensibi olarak gören ING Grubu, faaliyet gösterdiği toplumlarda çocukların eğitimi, finansal eğitim ve çevre alanlarında birçok program hayata geçirmektedir. ING Grubu, 2003'ten beri Uluslararası Finans Kurumu'nun (IFC) çevre ve sosyal sorumluluk standartları esas alınarak 10 milyon dolar ve üzeri bütün projelerin finansmanında uygulanması kabul edilen Ekvator prensiplerini gönüllü olarak kabul eden 10 uluslararası bankadan birisidir. Bu çerçevede, proje finansmanında, sosyal sorumluluk ve çevre riskini gözetmekte, ilgili standartlar paralelinde hareket etmektedir. Küresel sorumluluk standartlarına uyumu FTSE4Good ve Dow Jones Sustainability Index gibi kurumlarca da tescillenen ING Grubu 2006 yılında Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne de imza atmıştır. ING Grubu 2007'den beri faaliyetlerini sıfır karbon ayak izi ile sürdürmektedir.

Türkiye'de yaklaşık 300 şube ile hizmet veren ING Bank'ın bankacılık stratejisi, Türkiye'nin sürdürülebilir ekonomik büyümesine paralel bankacılık yapmaktır. Bu kapsamda, ana odak noktası tasarruf ve katma değerli ihracatın artırılmasıdır. Yeni dönem dijital bankacılığın öncüleri arasında yer alan ING Bank, bankacılık modelini her zaman, her yerde, kolay ve hızlı finansal çözümler sağlayan banka olmak üzerine geliştirmiştir. ING Bank “Eski Köye Yeni Âdet” sloganıyla inovasyona dayalı bankacılığını ön plana çıkarmaktadır. ING Bank, modeli, uygulaması ve ölçümlemesi itibarıyla Türkiye'de ilkokul öğrencilerine yönelik tasarruf odaklı ilk ve tek finansal okuryazarlık eğitimi olan ‘Turuncu Damla’ sosyal sorumluluk programını yürütmektedir. Program 198 okulda, 618 öğretmene ve 23.500 öğrenciye ulaşmıştır.

Bilgi için: Bige Kurtcebe, Ogilvy PR Medya Direktörü, +90 212 339 83 60 / bige.kurtcebe@ogilvy.com