

InsurTech tehdit mi

Akıllı Yaşam
Gündem Toplantıları

fırsat mı?



Kafana takma sigortan Groupama!

Her zaman söylediğimiz gibi
siz olumsuzlukları kafanıza takmayın,
hayatın keyfini doyasıya çıkarın.





Gelirinizin en az yüzde 10'unu sigortaya ayırın

İyisiyle kötüsüyle bir yıl daha geride kaldı. 2017 bitti, 2018'in ilk günlerine girdik. İsterseniz 2017'de yaşanan olaylardan yola çıkarak, 2018 yılında neler yaşanabileceğini, istem dışı ne tür olaylarla karşı karşıya kalabileceğimizi kestirmeye çalışalım. En kötüsünden başlayıp "kötünün iyisi" senaryolar kurarak 2018 yılında neler olabilir kısaca düşünelim. Türkiye gibi bir ülkede yaşıyorsak her şeye hazırlıklı olmalıyız değil mi?

Örnekleri var, en basitinden yolda yürürken başımıza reklam panosu düşüp hastanelik olabiliriz. Ayakta kalıp yaşarsak ne mutlu bize. Başaramazsak da "Allah rahmet eylesin, iyi adamdı" derler. Eşimiz, çocuklarımız bizsiz kalabilir.

Geçen yıl olduğu gibi işten eve dönerken doluya yakanabiliriz, kafamıza ceviz gibi parçacıklar düşebilir. Hastanelik olabilir, tedaviye ihtiyaç duyabiliriz. Aracımız hasar görebilir, camı kırılabilir, hatta pert bile olabilir. Evlerimizin camları kırılabilir, panjurları kullanılmaz hale gelebilir. Bize ekstra masraflar çıkarabilir. "Zaten ay sonunu zor getiriyoruz, bu da nereden çıktı" diye üç beş gün düşünmek zorunda kalabiliriz.

Türkiye'nin birçok bölgesinden depremler oldu. Muhtemelen bu yıl da olacak. Evimiz, yazlığımız yıkılabilir ya da hasar görebilir.

Bayram tatiline giderken kaza yapabiliriz. Sebebi biz olmasak da bir kazaya karışabiliriz. Aracımız hasar görebilir, hatta can kaybı bile olabilir. Ekonomik olarak altından kalkamayacağımız sorumlulukların altına girebiliriz. Tatil planı yaparken, üç kuruş ucuza tatil

satın alayım derken dolandırılabiliriz. Geçen yıl bu konuda birçok örnek yaşandı. Bu yıl da herkesin başına bu tür olumsuz olaylar gelebilir. Diyelim ki gelmedi ve tatile gittik, geride bıraktığımız evimize hırsız girebilir, eşyalarımız çalınabilir. Tatildeyken ya da evimizdeyken, bizim tesisattan akan su evimize ya da komşumuzun evine zarar verebilir.

İşsizlik tüm çalışanların ortak riski. 2018 yılında işsiz kalabiliriz, 3 ay sonra banka hesabımıza yatacak bir gelirimiz olmayabilir. Birikimimiz ya da bozduracak bir BES hesabımız yoksa çocuklarımızın okul taksitlerini ödeyemeyebiliriz. İşsiz kalmadık ama bilgisayarımızdaki bilgilerimiz, verilerimiz çalınabilir. Mağdur olabiliriz, gündelik işimizi yapmakta zorlanabiliriz...

Listeyi uzatmak mümkün ama daha fazla olumsuzluklardan bahsedip canımızı sıkmayalım.

Ama bunların hepsi geçen yıl birilerinin başına geldi. Dilerim 2018 yılında kimsenin başına gelmez. Ama ya gelirse?

İşte sigorta bu gibi beklenmedik riskler için var. Düşünsenize, kasko mu gereksiz, trafik mi, sağlık mı, DASK mı, yoksa ev sigortası mı? Ya da işsizlik mi, eğitim sigortaları mı?..

Siz siz olun sigortasız yaşamayın, gelirinizin en az yüzde 10'unu yeni yılda da sigorta poliçelerinin için ayırın. Başınıza bir risk gelirse en azından ekonomik anlamda rahat edersiniz, gelmezse gelenler için ödenen tazminatlara katkı yapmış olursunuz. Herkese sigorta poliçesini kullanma ihtiyacı hissetmeyeceği mutlu bir yıl dilerim.

Künye

İmtiyaz Sahibi ve Sorumlu Müdür
Medya Gündem Dijital Yayıncılık
ve Tic. A.Ş. adına

Kayhan Öztürk
kozturk@finansgundem.com

Genel Yayın Yönetmeni
Barış Bekar
bbekar@akilliyasamdergisi.com

Yayın Danışmanı
Abdullah Çetin
acetin@finansgundem.com

Editör
Berrin Uyanık Bekar
buyanik@akilliyasamdergisi.com

Katkıda bulunanlar
Celalettin Kafesoğlu, Serap Sürmeli,
Burak Taşçı, Murat Soral

Fotoğraf
Çelik Çelikyaman

Görsel Tasarım
Medya Gündem Dijital Yayıncılık

Reklam Rezervasyon
Seda Uygun
suygun@finansgundem.com

Yayıncı şirket:
Medya Gündem Dijital Yayıncılık ve Tic. A.Ş.
Cumhuriyet Cad. No: 147 / 6
Harbiye / Şişli - İstanbul
Tel: 0212 255 32 92-93-94
Fax: 0212 238 72 07

Baskı: Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş.
Tel: 0216 585 90 00
www.turkuvazmatbaacilik.com

Dağıtım: Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.



16



18



34



38



50



52

16

78 bin öğrencinin geleceği Anadolu güvencesinde
120 TL'den başlayan primlerle 290 bin TL'ye kadar teminat sunan Güvenli Gelecek Sigortası'na ilgi her geçen gün artıyor. Anadolu Sigorta Genel Müdürü İlhami Koç, 2017'nin ilk 11 ayında yüzde 16 prim artışı sağladıklarını söylüyor...

18

TAVANA bakma geleceğe odaklan!
Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Çetin, serbest piyasa mantığına aykırı "tavan fiyat" uygulamasının yol açtığı sorunlar için havuz sistemini önemli bir adım olarak görüyor. Ancak Çetin'e göre sektör bu eksene takılıp kalmamalı; inovatif ürünler, siber saldırılar, iklim değişikliği gibi yeni konulara odaklanmalı...

34

"Markamızla, acentelerimizle maça 1-0 önde başlıyoruz"
15 yıllık kısa geçmişine rağmen sektörde kâr eden ve istikrarlı büyüyen az sayıda şirketten biri olmayı başaran Sampo Japan Sigorta'nın yıldızı parlamaya devam ediyor. Genel Müdür Yardımcısı Şenol Ortaç, bu performansta acentelere verdikleri önemin, onlarla uyumlu çalışmalarının ve dijitalleşme yatırımlarının önemli etken olduğunu vurguluyor...

38

Harika bir dijital fırtına ve InsurTech
Her yıl InsurTech'te dünyanın en etkili 50 ismi arasına giren Roger Peverelli, "Sigortacılığı dönüştüren genç nesil, teknolojinin içinde doğmuş bir nesil ve DNA'ları zaten dijital! Dolayısıyla sigorta şirketlerinin ihtiyaç duyduğu teknolojik değişimin bu yeni nesil aracılığıyla gelmesi doğal. Sigortacılığı şimdiye kadar kimsenin yapamadığı kadar basitleştirmeyi hedefliyor ve bunu başarıyorlar" diyor...

50

"En kolay muhasebe, tek tıkla vergi beyanı"
YTÜ Davutpaşa Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nde Türk mühendisler tarafından geliştirilen Ekohesap sayesinde işletmeler, ürün ve para hareketlerini anlık olarak tek bir ekrandan takip edebiliyor. Program; vergi, SGK ve asgari geçim indirimi başta olmak üzere tüm hesaplamaları otomatik yapıyor...

52

Geleceğin mesleği sigortacılık
Sigortacılık bünyesinde geleceğin mesleği olarak gösterilen birçok dal olduğunu vurgulayan Türk Nippon Sigorta Genel Müdürü Dr. E. Baturalp Pamukçu, "70 binden fazla kişiye istihdam sağlayan sektörde kariyer fırsatları da hızla artıyor" diyor...

yazarlar

20

Dalkan Delican
Bireysel emeklilik sistemindeki kesintiler

42

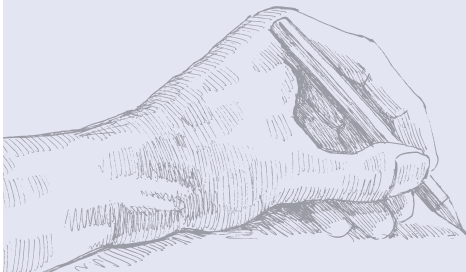
Zeynep Turan Stefan
InsurTech'te 5N1K

52

Sinan Metin
Yüksek tasarruf, yüksek devlet katkısı, zengin vatandaşlar

60

Doç. Dr. Serra Eren Sarıoğlu
OKS katılımcıları en az mevduat kadar kazandı



FON KOÇU

Robot Fon Danışmanınız



**GARANTİ EMEKLİLİK'TEN
BİREYSEL EMEKLİLİĞİNİZ VARSA,
FON KOÇU'NUZ DA VAR!**

Fonlar hakkında bilginiz ya da bunlarla uğraşacak vaktiniz olmayabilir. Yapmanız gereken tek şey Garanti Emeklilik İnternet Şubesi'ne girip anketi doldurmak ve size özel sunulan fon dağılımını tercih etmek. Gerisi Fon Koçu'nda!

Fon Koçu aracılığıyla risk gruplarına sunulan fon dağılımı, Garanti Emeklilik ve Hayat A.Ş. görüşlerini yansıtmakta olup, yatırım danışmanlığı hizmeti kapsamında değildir. Yatırım danışmanlığı hizmeti; aracı kurumlar, portföy yönetim şirketleri, mevduat kabul etmeyen bankalar ile müşterileri arasında imzalanacak yatırım danışmanlığı sözleşmesi çerçevesinde sunulabilmektedir. Mali durum ile risk ve getiri tercihlerinin çeşitliliğini göz önünde bulundururca bu görüşlere dayanarak verilecek yatırım kararları beklentilere uygun sonuçlar doğurmayabilir. ©2017 Garanti Emeklilik ve Hayat A.Ş.

/GarantiEmeklilik



444 0 336 / garantiemeklilik.com.tr

 **Garanti Emeklilik**

2017 dönemi ustaları da atölyelerini açmaya başladı

Anadolu Sigorta'nın 2010 yılında hayata geçirdiği "Bir Usta Bin Usta" projesi, sekizinci yılında da kaybolmaya yüz tutan meslekleri canlandırmaya, geleceğin yetenekli ustalarını yetiştirmeye devam etti. Projenin 2017 programında yer alan 5 il ve 5 meslekten toplam 90 usta adayı, 3 ila 6 ay süren eğitimleri başarıyla tamamlayarak MEB onaylı kurs bitirme sertifikalarını almaya hak kazandı. Kasım ayında başlayan Karaman Taşkale Zili Dokumacılığı kursu ise devam ediyor.

Denizli'de açılan Buldan Bezi Dokumacılığı kursu, temmuz ayında düzenlenen kapanış töreninin ardından son buldu. Kursu başarıyla tamamlayan kursiyerlerden biri, kendi atölyesini açmak için Türkiye İş Bankası'nın mikrokredi imkanından faydalandı. Balıkesir'de açılan ve haziran ayında eğitim programını tamamlayan El Yapımı Sabun Üretimi kursundan MEB onaylı sertifikasını alarak mezun olan bir diğer kursiyer



BİR
USTA
BİN
USTA

de İstanbul'da kendi sabun atölyesini açtı ve zeytinyağından sabun üreterek satışına başladı. İstanbul Şile'de açılan Şile Bezinden Giyim ve Aksesuar Yapımı kursunu tamamlayan usta adayları, kurs yeri olan Şile İMKB binasında dokuma yapmaya devam ediyor. Sinop Model Gemi yapımı kursunu tamamlayan 2 başarılı usta adayı ise ustanın atölyesinde çalışarak mesleki faaliyetlerini sürdürüyor.

Ulusal ve uluslararası alanda birçok ödüle layık görülen Bir Usta Bin Usta projesi kapsamında 8 yılda 40 mesleki eğitim düzenlendi ve 750 usta adayına eğitimler verildi. Kursiyerler, MEB onaylı usta öğretici niteliğindeki kurs bitirme sertifikalarını alarak mezun oldu. Böylece kurslar aracılığıyla bir yandan yerel mesleklerin kaybolması engellenirken diğer yandan gençlere de yeni iş olanakları yaratılmış oldu.

Eksper Danışma Kurulu oluşturuldu

HDI Sigorta'nın tüm hasar yöneticileri ve Sigorta Ekspertleri Derneği yöneticileri, 30 Kasım'da HDI Sigorta Genel Müdürlük Binası'nda bir araya geldi. Tüm branşlarda çalışan sigorta eksperlerini temsil eden eksperler ile HDI Sigorta'nın hasar departmanı yönetici ve çalışanları. Türk sigorta sektöründe bir ilki gerçekleştirilerek Ekspert

Danışma Kurulu'nu oluşturdu. Ekspert Danışma Kurulu, üçer aylık periyotlarda bir araya gelme kararı aldı. Ekspertlerin de görüşlerinin alındığı kurul çalışmalarıyla güncel piyasa dinamiklerine uygun doğru kararlar alınması hedefleniyor. Bununla birlikte, şirket ve ekspert iletişimi,

HDI
Sigorta

sigortalı, servis ve müşteri ilişkisi ile hizmet kalitesinin artırılması gibi temel

konularda istişarelerde bulunulması ve mutabık kalınan konularda aksiyon alınması hedefleniyor. Ekspert Danışma Kurulu, taraflara ve sektöre çalışmalarıyla önemli katkılar sunarak sektöre yön vermeyi hedefliyor.

ERGO ve Aygaz Otogaz ile hem içiniz hem cebiniz rahat olsun!

ERGO'dan kasko yaptırın, Aygaz Otogaz'dan
70 TL değerinde **otogaz** kazanın.

Kampanya detayları için www.ergosigorta.com adresini
ziyaret edebilirsiniz.

**70 TL değerinde
Aygaz Otogaz hediye!**

ERGO

AYGAZ
otogaz

0850 211 11 11

www.ergosigorta.com

[/ERGOTurkiye](https://www.instagram.com/ERGOTurkiye) [/ERGOTurkiye](https://www.facebook.com/ERGOTurkiye)

Kampanya Koşulları

1- Kampanyaya katılım sadece ERGO internet sitesinde yayınlanan kampanya sayfasından gerçekleştirilebilir, başka kanallardan yapılacak başvurular geçersizdir. 2- Kampanya sadece 25 Eylül-31 Aralık 2017 tarihleri arasında ERGO Sigorta'dan alınacak LPG Teminatlı Kasko alımlarında geçerlidir. 3- Kampanyaya dahil olabilmek için 25 Eylül-31 Aralık 2017 tarihleri arası ERGO Acenteleri veya ERGO Müşteri Hizmetleri üzerinden LPG Teminatlı Kasko satın alınması gereklidir. Diğer sigorta ürünleri veya diğer kanallardan yapılacak alımlarda kampanya geçerli değildir. 4- Kampanyaya dahil olabilmek için, kampanya tarihleri arasında LPG Teminatlı Kasko alınması ve ilgili kampanya sayfasından kampanyaya katılım isteğinin iletilmesi gerekmektedir. Kasko alınmış olsa dahi kampanya sayfasından kampanyaya katılma isteğini iletmemiş olanlar kampanyadan faydalanamazlar. 5- Kampanyaya dahil olan kasko poliçelerinin ERGO tarafından 1 aylık iptal kontrolleri yapılacak ve yapılan iptal kontrollerinde poliçenin halihazırda aktif olması durumunda ilgili poliçe sahipleri LPG puan hediyesinin yüklenmesi için AYGAZ ile paylaşılacaktır. 6- AYGAZ, ERGO tarafından yapılacak bildirimine istinaden 1 hafta içinde LPG puan hediyesi yükleyecek ve SMS ile kampanya katılımlarını bilgilendirecektir. 7- Hediye LPG puan yüklemesi 01 Mart 2018 tarihine kadar kullanılabilir. Bu tarihe kadar kullanılmayan hediye LPG puanları iptal edilecektir. 8- Kampanya sadece ilk 2.000 (iki bin) kişi ile sınırlıdır. 2.000 kişiden daha fazla talep gelmesi durumunda, kullanıcılar hiçbir hak talep edemezler. 9- Katılımcılar, kampanya koşullarının yerine getirildiğini belirleme yetkisinin ERGO'ya ait olduğunu kabul ederler. 10- Katılımcılar, cep telefonu bilgilerinin, 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında "ERGO Başka Kasko" poliçesi işlemleri ve ilgili kampanya kapsamında işlenmesine, AYGAZ dahil 3. kişilerle paylaşılmasına izin verdiklerini kabul ve beyan ederler. 11- Katılımcıların kampanya başvurusu esnasında verdiği cep telefonu hattını değiştirmesi, yanlış numara vermesi, hattının kapanması/kapatılması vb. sebeplerden dolayı kullanılmayan hediye LPG puanlarından AYGAZ ve ERGO sorumlu değildir. 12- Yüklenen "LPG puanları" kampanyaya dahil olan Para üyesi AYGAZ ve MOGAZ otogaz istasyonlarında bulunan market görevlilerine, ilgili cep telefonu numarası sayfanerek parçacı veya bütün şekilde kullanılabilir. 13- Yüklenen hediye LPG puanların kullanılabilmesi için puan yüklenen cep telefonunun aktivasyon işleminin yapılması gerekmektedir. Aktivasyon işlemi 444 4 999 Aygaz İletişim Hattı aranarak veya www.para.com.tr/uyelik/giris/ adresinden gerçekleştirilebilir. 14- Katılımcılar, Fikir ve Sanat Eserleri Yasası, Markalar Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, Türk Ticaret Yasası, Türk Ceza Yasası ve diğer ilgili yasal mevzuat hükümlerine riayet etmeyi ve bunları ihlal etmemeyi baştan kabul ve taahhüt eder. Aksi takdirde, doğacak tüm hukuki ve cezai yükümlülükler tamamen ve münhasıran katılımcıya bağlı olacaktır. 15- Bu kampanya başka bir kampanya ile birleştirilemez. 16- İşbu kampanya, "MİLLİ PİYANGO İDARESİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ KARŞILIKLI NAKİT OLMAYAN PİYANGOLAR VE ÇEKİLLER Hakkında Yönetmelik" kapsamı dışındadır. 17- ERGO Sigorta ve AYGAZ kampanya koşullarında ve ödüllerde her zaman değişiklik yapma hakkını saklı tutar. 18- Kampanyaya katılım herkes bu koşulları kabul etmiş sayılır. 19- Her müşteri kampanya kapsamındaki LPG puan hediyesinden sadece bir kez faydalanabilir.

Allianz Seninle Haftası'nda çalışanlar, müşterilerle buluştu

Allianz Türkiye'nin bu yıl ilkini düzenlediği "Allianz Seninle Haftası"nda, 100 gönüllü çalışan 200 müşteriyle bir araya geldi. Bağlılık Programları ve Özel Müşteriler Yönetimi departmanı tarafından geliştirilen yeni proje çerçevesinde; hastanede yatan, ameliyata hazırlanan, emeklilik planları yapan, aracını tamire

götüren sigortalılara "Allianz Seninle" mesajı verildi. Ziyaretlere Allianz yöneticilerinden; Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Okan Özdemir'in yanı sıra Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Turul, Sağlık Genel Müdür Yardımcısı Pınar Lembed ve Finans Genel Müdür Yardımcısı Ersin Pak da katıldı. "Allianz Seninle Haftası"nda ayrıca,



Okan Özdemir

genel müdürlüğe davet edilen müşteriler, eğitim danışmanı ve yazar Ethem Kocabaş'ın seminerine katılma fırsatı buldu. Üç müşteriyle çekilen "Küçük anlar, büyük mutluluklar" videoları da Allianz'ın sosyal medya hesaplarında yayınlandı. Allianz Türkiye CEO'su Aylin Somersan - Coqui, "Allianz Seninle Haftası bize müşterilerimizle ilgili

içgörü kazandırırken, müşterilerimizin hayatında da bir fark yarattı. Onlara bizim için ne kadar değerli olduklarını tekrar hissettirdi" diyor.

Allianz Türkiye Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Okan Özdemir ise "Lider şirketler değişime ayak uydurdıkları sürece gelişip daha da büyüyebiliyor. Değişimin merkezinde



Aylin Somersan - Coqui

müşterilerimizin beklentileri yatıyor. Değişimi yakalamanın ve rakiplerimizden farklılaşmanın; ürünlerimizi, hizmetlerimizi, kısacası işimizi daha iyileştirmenin sırrı müşterilerimizin geri bildirimlerinde saklı. Allianz Seninle Haftası, müşterilerimize hayatlarının her evresinde, bize ihtiyaç duydukları her an yanlarında olduğumuzu bir kez daha gösterdi. Günlük işlerinin, sorumluluklarının yanı sıra sahaya çıkıp müşterilerimizin kapısını çalan tüm arkadaşlarımıza teşekkür ediyoruz" değerlendirmesini yapıyor.

DASK'ın hasar tespit kaynakları çoğaldı

Doğal Afet Sigortaları Kurumu, olası büyük bir deprem durumunda sigortalıların hasarlarını daha hızlı karşılayabilmeleri adına çalışmalarına devam ediyor. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ile DASK arasında imzalanan protokolde, DASK'ın ihtiyaç duyması halinde, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı İl Müdürlüklerinin teknik ekipleri DASK'ın ihtiyaç duyacağı hasar



Murat Kayacı

kaynağını artıracak ve olası büyük bir deprem için daha hızlı hasar tespiti yapabilecek kaynağa sahip olacak.

tespit çalışmalarını yapabilecek. Bugüne kadar sadece kendi alanlarına giren hasarları tespit eden Çevre ve Şehircilik Bakanlığı teknik ekipleri, artık zorunlu deprem sigortası (ZDS) poliçeleri olan binalardaki hasarların tespiti için de çalışacak. Protokolde DASK, hasar tespit

Ankara'nın Kızılcahamam ilçesinde düzenlenen tanıtım etkinliğinde Anadolu'nun tüm illerinden gelen Çevre ve Şehircilik İl Müdürlükleri yetkililerine protokolün detayları hakkında bilgi verildi. Etkinlikte konuşan DASK Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kayacı, "Deprem öncesine ne kadar çok hazırlanırsak deprem sonrasında yaşayacağımız etkileri azaltabileceğimizi biliyoruz. Bu protokol de hem deprem öncesi hem de deprem sonrası hazırlıklarımızın bir parçası. Hasar tespit kaynağımızı artırarak olası bir depremde zarar gören vatandaşlarımıza en hızlı şekilde yardımcı olup, oluşabilecek yaraları hızlıca kapatmayı hedefliyoruz" dedi.



ALACAK SİGORTASI YAPTIRIN, ŞİRKETİNİZİ RİSKE ATMAYIN.

Siz de Alacak Sigortası yaptırın, risklerinizi biz üstlenelim.
Böylece müşterilerinizin finansal kayıplarından etkilenmeyin,
şirketinizi kolayca büyütün.



Türkiye Sigorta Birliği

Aksigorta, nakliyat sigortasında yeni bir dönem başlattı

Aksigorta, müşteri odaklılık ve dijitalleşme stratejisi doğrultusunda müşterilerine daha hızlı hizmet verebilmek ve onların hayatlarını kolaylaştırabilmek adına Nakliyat Sertifikası Programı'nı geliştirdi. Nakliyat sigortasına ihtiyaç duyan müşteriler, Aksigorta Nakliyat Sertifikası Programı için özel olarak hazırlanan portal üzerinden diledikleri zaman, sadece bir dakikada içinde oluşturabiliyor. <https://nakliyatsertifika.aksigorta.com.tr/> portalı üzerinden tüm bilgilerini sisteme eksiksiz olarak giren Aksigorta müşterileri, hızlı ve doğru şekilde sertifikalarını hazırlayabiliyor. Ayrıca Aksigorta müşterileri, sertifika üretimi sırasında herhangi bir sorunla karşılaşırsa ilgili acente, şube ve bölge

müdürlüklerinden destek alabiliyor. Nakliyat Sertifika Programı'ndan önce, her bir sevkiyat için düzenlenen poliçelerin yetki hiyerarşisinden geçtiğini ya da manuel sertifika hazırlandığını belirten Aksigorta Teknik Genel Müdür Yardımcısı Rauf Orkun Gücük, "İthalat ve ihracat başta olmak üzere, büyük çaplı sevkiyatlara her seferinde poliçe kesmek uzun bir onay süreci ve beraberinde yoğun bir mesai gerektiriyordu. Ayrıca zamanında üretilmeyen poliçeler müşteriye cezai yaptırım riski içeriyordu. Sertifika platformuyla teminatlar yetki hiyerarşisine takılmadan teminat altına alınabilecek. Yine bu platform sayesinde manuel düzenlenen sertifikalar sistem üzerinden düzenlenecek, mevcut



Rauf Orkun Gücük

düzende karşılaşılan hata yapma riski azalacak ve olası sıkıntıların önüne geçilecek" diyor.



Aksigorta Startup Challenge'ın kazananı Vivoo oldu

Türkiye genelinde 50 girişimcinin başvurduğu ve ön elemenin ardından seçilen 10 girişimcinin fikirlerinin yarıştığı Startup Challenge, Aksigorta Genel Müdürlüğü'nde yapıldı. Geleceğin sigortacılık deneyiminde fark yaratmak isteyen girişimcileri buluşturan yarışmanın birincisi, biyoteknoloji tabanlı wellness uygulaması Vivoo; ikincisi güvenli sürüş desteği veren Drive Buddy, üçüncüsü ise sigorta çözümü Sigorta.io oldu. Birinciye Apple Macbook

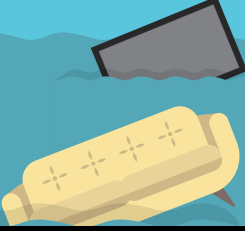
Pro, ikinciye Samsung Galaxy Note 8, üçüncüye ise Apple Watch hediye edildi. Ayrıca finale kalan 10 start-up'a, Hackquarters tarafından 3 aylık mentörlük ödülü verildi. Startup Challenge açılış konuşmasını yapan Aksigorta Bilgi Teknolojileri ve Dijitalden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Metin Demirel, "İş stratejilerinden tutun da üretime kadar dünya bir değişim içinde. Kurumlar da ancak bu değişime ayak uydurarak başarıya

ulaşabilecek. Start-up'lar yaşanan değişimin en önemli göstergesi olarak dikkat çekiyor. Dünyanın en büyük 5 şirketinin start-up olarak garajda kurulması rastlantı değil. Start-up'lar gelecekte işgücünün ne olacağına referans oluyor. Biz de kurum kültürümüzde yer alan dijital dönüşümü bir adım ileriye taşımak, yeni fikirlerle iş süreçlerimizi geliştirmek için start-up'ları dinliyor ve birlikte iş geliştirmenin yollarını arıyoruz" dedi.

EŞYALARINIZI 79 LİRAYA SİGORTALATMANIZ İÇİN

SUDAN BİR SEBEP:

Sel



KAPINIZA KADAR GELEN BİR NEDEN:

HIRSIZ



SICACIK BİR SEBEP:

YANGIN



Ziraat'e gelin, yılda sadece 79 TL'ye
Eşya Paket Sigortası yaptırın.
Sel, hırsızlık, yangın gibi birçok risk karşısında
eşyalarınızı güvence altına alın.



Ziraat Sigorta

Güvenceniz için daha fazlası



Müşteri İletişim
Merkezi
www.ziraatsigorta.com.tr

Ziraat Sigorta, Ziraat Finans Grubu Üyesidir.



/ziraatsigorta

AvivaSA, 10'uncu yılında "Yarın Şimdiden Güzel" dedi

AvivaSA, yıl içine yaydığı 10'uncu yıl kutlamalarını bir gala gecesiyle tamamladı. Mesut Yar'ın keyifli sohbeti ve Fatih Erkoç'un canlı performansı ile renklenen geceye iş dünyasının, sigorta ve finans sektörünün önemli isimleri katıldı. Sabancı Holding Sigorta Grup Başkanı Haluk Dinçer ve AvivaSA CEO'su Fırat Kuruca ev sahipliğindeki geceye, Sabancı Holding CEO'su Mehmet Göçmen de katıldı. Mesut Yar'ın ilk talkshow konuğu Haluk Dinçer oldu. Dinçer, sigortanın Sabancı Holding için her zaman öncelikli sektörlerden biri olduğunu, global ortakları Aviva'nın da Türkiye ve Türk pazarını "yıldız pazar" olarak nitelendirdiğini vurgulayarak şunları söyledi: "Bireysel emeklilikte 2015 yılında elde ettiğimiz sektör liderliğini sürdürüyoruz. 10 yıl içinde müşteri sayısında 3 kat, fon büyüklüğünde 13 kat artış sağladık. Bu başarının altında üç temel neden yatıyor. İlki,

AvivaSA'nın özverili ve deneyimli çalışan ve yönetici kadrosu. İkincisi, köklü Sabancı Holding geleneği ve gücü... Ve son olarak, 300 yıllık Aviva tecrübesi."

Mesut Yar'ın diğer talkshow konuğu Fırat Kuruca ise AvivaSA ailesi olarak 10'uncu yılı aynı zamanda insana ve kültüre daha fazla yatırımı hedefleyen bir dönüşüm yılı ilan ederek; ofis ortamlarından, iş yapış şekillerine kadar her şeyi yeniden ele aldıklarını vurguladı. Bu köklü değişimi "Mutlu çalışan, mutlu müşteri" mottosuyla özetleyen Kuruca, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Sürekli devinim içinde, değişmeden var olamazsınız. Öncelikle çalışanlarımızın daha fazla mutlu olmaları gerekiyor. Böylece sadece hizmeti değil, duyguyu da müşterilerimize aktarabilirler... Günümüzü insan odaklı bir dönem olarak da tanımlayabiliriz. Yeni



teknolojileri hızlıca adapte edip, müşterilerinin ve çalışanlarının hayatında fark yaratan şirketler öne çıkıyor artık. Sigorta, yapısı gereği bazı durumlarda 50-60 yıla uzanan müşteri ilişkilerinin kurulduğu; gelecek ve bugün güvencesi gibi hayati ihtiyaçlarla insan yaşamına dokunan ve insanla iç içe bir sektör. Geleceği şekillendirecek alanlardan biri dijitalleşme olsa da sadakat, güven ve iş yapma şeklinden kaynaklanan 'tercih edilen kurum' olma gerçeği değişmeyecektir. Hatta belki de güven ve sadakate en çok dijital dünyada ihtiyacımız var."

Sompo Japan acenteleri çapraz satış kampanyasıyla seyahat ediyor

Sompo Japan Sigorta, uzun süreli iş ortakları olan acentelerine özel 1 Ocak-31 Mayıs 2017 tarihleri arasında ferdi kaza, KOBİ Sorumluluk ve Yaşam Terapi ürünlerini kapsayan çapraz satış kampanyası düzenledi. Kampanya hedeflerini tutturarak 110 acente, "Adriyatik'in incisi" olarak da bilinen Budva'nın güzelliklerini 3 gün boyunca yerinde görme fırsatı buldu. Aynı kampanyanın bir diğer destinasyonunda ise 55 acente, 5 gece 6 gün boyunca Uzakdoğu'nun merak edilen rotaları Hong Kong ve Singapur'da keyifli bir seyahat deneyimi yaşadı.

Sompo Japan Sigorta'dan üst düzey yöneticilerin de yer aldığı



seyahatlerin ilerleyen dönemlerde tekrarlanacağı belirtilirken, 2018

yılındaki ilk destinasyonun Japonya olacağı açıklandı.

MİLPUS PLATINUM'LA

DÜNYADA KEŞFEDECEK ÇOK YER KAÇIRILMAYACAK ÇOK FIRSAT VAR

VakıfBank MilPlus Platinum ile uçak bileti alımlarınızda
Worldpuan'larınız kat kat değerli, üstelik ücretsiz seyahat
sigortasından lounge'a, yurt dışı kampanyalarından
Asistans Hizmeti'ne kadar size özel ayrıcalıklar
MilPlus Platinum'da!

SMS

Kart başvurusu için;
MILPLUS yazıp,
T.C. kimlik numaranızı
5724'e gönderin.



LOUNGE
HİZMETİ



KAT KAT DAHA
DEĞERLİ WORLDPUAN



YURT DIŞI
AYRICALIKLARI



ÜCRETSİZ SEYAHAT
SİĞORTASI



KEYİFLİ
ALIŞVERİŞ



ASİSTANS
HİZMETLERİ



YAŞAMINIZI
KOLAYLAŞTIRIN

Detaylı bilgi ve kampanya şartları için: www.vakifkart.com.tr'yi ziyaret ediniz.

444 0 724 | vakifkart.com.tr



VakıfBank
Burası Sizin Yeriniz

AXA'nın kampanyası dertlere derman, satışlara doping oldu

AXA Sigorta'nın sigorta ürünlerinin faydalarını yalın ve eğlenceli bir dille anlatarak toplumda sigortalılık bilincini artırmayı hedeflediği kampanyası "Dert Varsa Derman AXA" ilk 4 ayında başarılı sonuçlara imza attı. Ünlü oyuncu Gürgen Öz tarafından canlandırılan "Oytunç" karakterinin sigorta konusundaki bilgi yetersizliği ve sorun çözme konusundaki sıra dışı yöntemleriyle renk kattığı kampanya için hazırlanan dört farklı dijital film, toplamda 94 milyon kez görüntülendi. Yayınlandığı tüm sosyal medya platformlarından 22 milyona yakın izlenme oranına ulaşan kampanya süresince sosyal medyada AXA Sigorta hakkında olumlu konuşma oranı ise yüzde 66 gibi önemli bir artış gösterdi. "Dert Sende Derman Bende" şarkısının

uyarlanmış versiyonu olan jingle da dinleyicilerin büyük beğenisini kazandı. Ağustos ayından bu yana devam eden "Dert Varsa Derman AXA"

kampanyasının başarısı ürün satışlarına da yansıdı. AXA Sigorta, ağustos ayından bu yana seyahat sağlık sigortası ürününde günde ortalama yüzde 160 poliçe artışı sağlarken, bu oran "Kadın Girişimci Sigortası" ürününde yüzde 60 ve "Sağlığım Tamam" ürününde yüzde 24'e ulaştı.

AXA Sigorta Satış ve Pazarlama Başkanı ve İcra Kurulu Üyesi Özer Şimşek, "En önemli hedefimiz insanların daha iyi bir yaşam sürmesi için onlara destek olmak. Sigortalılık oranlarının ülke ekonomisinin gelişimi

**DERT VARSA
DERMAN AXA**

açısından ne denli önemli olduğunun da farkındayız. Bir farkındalık çalışması gibi de konumlandığımız iletişim kampanyamız hedeflerimize giden yolda çok başarılı sonuçlar getirdi" diyor.

Başta seyahat sağlık sigortası olmak üzere dijital filmlere konu olan tüm ürünlerinin poliçe sayısında önemli artışlar gördüklerini de sözlerine ekleyen Şimşek, dikkat çekici, fark yaratan ve sadece bir ürün tanıtmaktan daha fazlasını hedefleyen yenilikçi çalışmaların önümüzdeki dönemde de süreceğini açıkladı.

"ERGO Şehir Kulübü" ilk toplantılarını yaptı

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulduğu dönemde şehrin ileri gelenlerinin bir araya gelerek gündem konularını tartıştığı toplantılardan esinlenerek ismi oluşturulan ve organize edilen, başarılı acentelerin bir araya geldiği "ERGO Şehir Kulübü" toplantılarının ilki 23 ve 28 Kasım'da İstanbul'da yapıldı. Acente odaklı iş modeliyle sahanın sesini dinlemeyi ilke edinen, farklı illerde beraber çalıştığı acentelerden gelen geri bildirimler ve bölgesel ihtiyaçlara göre çalışmalarını şekillendiren ERGO Türkiye, "Şehir Kulübü" temalı toplantılarda iş ortaklarıyla yüz yüze gelerek, mevcut iş süreç ve modellerinin geliştirilmesine acentelerini de dâhil ediyor. ERGO Türkiye'nin teknik-hasar-satış ve pazarlama yöneticileri ve İcra Kurulu'nun katılımıyla gerçekleşen ilk toplantılarda, kendi



şehrini temsil eden il acenteleri, bölgesel ihtiyaçlarını ve sorunlarını şirket yetkilileriyle doğrudan tartışma ve birlikte çözüm üretme fırsatı yakaladı. Acentelerden alınan geri bildirimlerin değerlendirildiği, gündemin tartışıldığı ve geri bildirimler sonucunda aksiyon alınacak konuların birlikte belirlendiği toplantıların ardından düzenlenen akşam yemeğinde "Şehir Kulübü" üyesi acenteler, ERGO

Türkiye üst yönetimiyle keyifli zaman geçirdi. "ERGO Şehir Kulübü" toplantılarına, Türkiye'nin dört bir yanından, bulunduğu şehirde prim üretiminde birinci sırada, yıllık prim üretimi bölge ortalamasının üzerinde başarılı iş ortakları katılıyor. Gelenekselleştirilerek her yıl yapılması hedeflenen "ERGO Şehir Kulübü" toplantılarının ilkinde alından tüm karar ve aksiyonlar, aralık ayında acentelerle paylaşılacak.



Aklın yolu...

6 Ay
30 Kişi
47 Broker
1.000 Acente
6.000 Aracı Başvurusu
600.000 Poliçe
2.000.000 Sosyal Medya Etkileşimi

Fazla mı Quick oldu?

Çünkü aklımıza, yüreğimize ve bu ülkeye inanıyoruz. Ekip ruhunun neleri yapabileceğini, ortak aklın önemini biliyoruz. Aklın yoluna inanıyoruz.



www.quicksigorta.com



78 bin öğrencinin geleceği ANADOLU güvencesinde

120 TL'den başlayan primlerle 290 bin TL'ye kadar teminat sunan Güvenli Gelecek Sigortası'na ilgi her geçen gün artıyor. Anadolu Sigorta Genel Müdürü İlhami Koç, 2017'nin ilk 11 ayında yüzde 16 prim artışı sağladıklarını söylüyor...

Eğitim sigortaları, Türkiye'de genelde emeklilik şirketleri tarafından hayat sigortası teminatıyla birlikte satılıyor. Ancak son yıllarda elementer sigorta şirketleri de ferdi kaza sigortası ürünlerini zenginleştirerek oluşturdukları eğitim sigortası ürünlerini potansiyel müşterilerine sunmaya başladı. Nitekim Anadolu Sigorta da "Güvenli Gelecek Sigortası" ürününü ferdi kaza sigortasının bir türevi olarak kullanıma sundu. Bu ürün, ebeveynlerinin ve eğitim masraflarını üstlenen kişinin vefatı veya sürekli sakatlığı durumunda, öğrencinin eğitim masraflarının 48 ay boyunca, belirlenen teminat limitince karşılanmasını sağlıyor.

İlgi henüz düşük ama potansiyel yüksek

Anadolu Sigorta Genel Müdürü İlhami Koç, yaklaşık 78 bin adet poliçe kesilen Güvenli Gelecek Sigortası prim üretiminde, 2017 yılının ilk 11 ayında, 2018'in aynı dönemine göre yaklaşık yüzde 16 artış sağladıklarını belirtiyor. Eğitim sigortalarına ilgi her geçen gün artsa da dünya ve Avrupa ülkelerindeki örneklerle kıyaslandığında henüz yeterli düzeyde değil. Koç, Bu alandaki mevcut durumu ve potansiyeli şöyle değerlendiriyor: "Ülkemizde 2017-2018 eğitim

ve öğretim yılında yaklaşık 18 milyon öğrenci eğitime başladı. Bu veriyi sigortalı sayısını göz önünde bulundurarak değerlendirdiğimizde, çok geniş ve henüz değerlendirilmemiş bir pazar olduğunu söyleyebiliriz. Bu ürünlere ebeveynlerin ilgisinde bir artış var. Ancak düşük primle geniş teminat sunan bu ürünün sektördeki pazar payı hala istenilen düzeyde değil. Geçen yıla oranla söz konusu ürünümüzün üretim artışı yüzde 16 civarında. Bu da talebin her geçen gün artarak devam ettiğini gösteriyor."

Teminat 48 bin, primlerse 120 TL'den başlıyor

Güvenli Gelecek Sigortası'nın primi, poliçeyle sigortalıya sunulan vefat ve sürekli sakatlık teminatıyla birlikte lehtara



İlhami Koç

ödenecek aylık tazminat tutarına göre belirleniyor. Ürün kapsamında farklı teminat limitlerinin olduğu 8 paket bulunuyor. Teminat limitleri 48 bin TL'den başlayıp 290 bin TL'ye kadar ulaşabiliyor. Sigorta primleri ise poliçede sunulan teminatlara göre değişkenlik göstermekle birlikte 120 TL'den başlıyor. İlhami Koç, "Eğitim sigortası yaptırırken, satın aldığınız poliçe teminatının; çocuğunuzun veya eğitim masraflarını üstlendiğiniz kişinin tüm eğitim masraflarını karşılayıp karşılamadığına dikkat etmelisiniz. Buna göre en uygun limitli paket seçilerek poliçenin teminatı belirlenmeli" diyor.



MOBİL ŞUBE İLE SİZ NEREDEYSENİZ

ZİRAAT EMEKLİLİK ORADA



Kullanıcı dostu ekran



Tek kullanımlık şifre ile
hızlı ve güvenli erişim



Sözleşmeleri kolayca
görüntüleme ve işlem yapma



Ziraat Emeklilik Mobil Şube ile birikimleriniz hakkında aradığınız her şey elinizin altında. Mobil Şube'yi kullanarak sözleşme ve poliçelerinizi kolayca takip edebilir, birikimleriniz ve devlet katkısıyla ilgili detaylara hızlı ve güvenli şekilde ulaşabilirsiniz.



Ziraat Emeklilik

Geleceğiniz için daha fazlası



Ziraat Emeklilik, Ziraat Finans Grubu Üyesidir.





Serhat Süreyya Çetin

TAVANA bakma geleceğe odaklan!

Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin, serbest piyasa mantığına aykırı “tavan fiyat” uygulamasının yol açtığı sorunlar için havuz sistemini önemli bir adım olarak görüyor. Ancak Çetin’e göre sektör bu eksene takılıp kalmamalı; inovatif ürünler, siber saldırılar, iklim değişikliği gibi yeni konulara odaklanmalı...

Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin, sigorta sektörünün gündeminin trafik sigortası ve havuz ekseninden çıkarak; inovatif ürünler, siber saldırılar ve iklim değişikliği gibi yeni konular olması gerektiğini düşünüyor. Çetin, sektörün geleceğe, yeni risklere ve tüketicilere katma değerli ürünler sunmaya odaklanması gerektiğini belirterek, “Siber saldırıların, iklim değişikliğinin ortaya çıkardığı ve çıkaracağı riskleri düşünmeli, planlama yapmalıyız” diyor. Trafik sigortasına sıkışan gündem nedeniyle sektörün imaj kaybı yaşadığını ifade eden Çetin, Nisan 2017 itibarıyla uygulamaya giren havuz sistemiyle ilgili şu tespiti yapıyor:

“Trafik sigortası konuşmaktan hem kendi adıma hem de sektörümüz adına yorulduk. Sektör olarak çok zarar ettik. Havuz sistemi en iyisi değil ama bir çözüm. Serbest piyasa mantığı içerisinde tavan fiyat elbette kabul edilemez. Havuz içerisinde kademeli bir şekilde doğru noktaya gelebiliriz. Havuzun düzeltilerek, geliştirilerek, sektör ve hazinenin işbirliği içerisinde doğru rakamları uygulayarak devam etmesini tercih ediyorum. Havuz sistemi çözüm yolunda önemli bir adım.”

Çetin, Türkiye Sigorta Birliği’nin (TSB) trafik sigortasında önemli bir sorun olan yargıyla ortak dil bulmakta önemli adımlar attığını hatırlatarak şöyle ekliyor:

“Trafik sigortası yaptırılması zorunlu olduğu kadar sigorta şirketleri için de kesilmesi zorunlu bir poliçe. Tavan fiyat uygulamasında sektörümüz kısa bir süre de olsa kötü bir sınav verdi. Güneş Sigorta olarak tavan fiyat kararında matematiksel zararı bilsek de poliçe kesmeye devam ettik. Bu duyarlılığı bizimle birlikte birkaç

GÜNEŞ SİGORTA

firma daha gösterdi.”

Çetin, sektörle ilgili diğer düzenlemeler konusunda ise “Yasal altyapıda eksik görmüyorum. Yasal düzenlemeler açısından geçtiğimiz dönemde önemli adımlar atıldı. Artık daha stratejik düşünüp uzun vadeli planlar yapmanın zamanı geldiğine inanıyorum” yorumunu yapıyor.

“Dijitalleşme samimi ve sürdürülebilir olmalı”

Serhat Süreyya Çetin, Güneş Sigorta olarak, sektörün ana gündem maddelerinden biri olan dijitalleşmeyle ilgili gerekli yatırımları yaptıklarını vurguluyor. Ancak Çetin, “Dijitalleşme mutlaka ama mutlaka samimi olmalı. Fiyat odaklı bir ilişki için değil, müşteriyi daha iyi anlamak ve sürdürülebilir bir ilişki için dijital dünyanın olanaklarından yararlanılmalı” sözleriyle uyarısını yapmadan da geçemiyor. Katma değeri çok yüksek bir iş yapan acentelerin her zaman var olacağını düşünen Çetin, bu konudaki öngörüsünü ise şöyle paylaşıyor: “Gelecekte işini iyi yapan, kendini yenileyen ve müşteride

farkındalık yaratan acenteler her zaman olacak. Dijitalleşme kaçınılmaz, ama dijital kanalla acente kanalı birbirine karşıt değil. Acentelerin dijitalleştiği bir dünya öngörüyorum.”

“İlk 10’da daha üst sıralara çıkacağız”

Güneş Sigorta’nın 60 yıllık yolculuğunda ülkeyle bütünleşen öncü bir şirket olduğunu vurgulayan Çetin, şirketin gelecek hedefleriyle ilgili de şu bilgileri veriyor: “60 yılda ülkemizin kaynaklarından aldığımızı geriye verdik. Önümüzdeki 60 yıllara bakarken de iyi bir şirket olmanın önemli olduğunu düşünüyoruz. Toplumun ihtiyaçlarını gören ve inovatif ürünlerle öncü olan bir şirket olmak çok daha önemli. Sektörde her alanda rekabet edebilecek sisteme, insan kaynağına, kurum kültürüne sahibiz. Son 10 yılda yeniden yapılanma süreçlerimizi tamamladık ve bunun sonuçlarını aldık. Önümüzdeki 5 yıl yenisinden büyüme dönemimiz olacak. Sektördeki ilk 10 şirket arasında, daha üst sıraları hedefliyoruz. Ana ortağımız VakıfBank’ın desteğiyle banka sigortacılığında daha da büyüyeceğiz. Bu alanda yaptığımız çalışmaların büyümemizdeki etkisi yüksek olacak.”

“SAĞLIK, EĞİTİM VE ALACAK SİGORTALARINDA GELİŞİM OLACAK”

Serhat Süreyya Çetin, toplumun refah seviyesi ve gelir düzeyi arttıkça sigortalanma oranının artacağına inanıyor. Çetin, önümüzdeki dönemde sigortacılık açısından hangi alanların öne çıkacağı konusunda ise şu değerlendirmeyi yapıyor:

“Endüstriyel risklerin tamamı sigortalı ama KOBİ ve bireylerin sigorta penetrasyonunda eksikler var. Bu alanda sektörün önü çok açık: Alacak ve kefalet sigortaları ticaret alanını geliştirecek ürünler ve yolun başındayız, ilerleme potansiyeli yüksek.

Sağlık sigortacılığında önemli adımlar atıldı ve atılmaya devam ediyor. Tamamlayıcı sağlık sigortaları önemli bir açılım oldu ve sigortalı sayısının artmasına etki etti. Son 15 yılda çıkarılan yeni yasalar ve tüketici bilincindeki gelişmelerle mesleki sorumluluk sigortalarına talep arttı. Önümüzdeki dönemde eğitim ve işsizlik sigortalarında gelişmeler olacak. Sigortaya sadece aracımızın koruması için değil, değer verdiğimiz her şey için evimiz, işimiz, sağlığımız, sevdiklerimiz için de ihtiyaç duyuyoruz.”

Bireysel emeklilik sistemindeki kesintiler



Dalkan Delican
BES Uzmanı

İyi ve kaliteli hizmet maliyetlidir. Bedeli de ödenmelidir. Devletin yüzde 25 teşvik sağlamasına rağmen, katılımcının hak kazanma süresini dikkate almaksızın ayrılmasında başka bir açıklama aramak zaman kaybıdır...

Bireysel emeklilik sistemi için öngörülen her düzenlemede gündeme gelen ve şirket gelirlerini oluşturan kesintiler sürekli olarak azalıyor. İlk bakışta süreç katılımcının lehine seyrediyor gibi. Ancak aslında kesintilerin sürekli azalmasının daha fazla katılımcı kazandıracağı, katılımcı memnuniyetini artırdığı/artıracağı beklentisinin yanlış bir kanaat olduğu düşüncesindeyiz...

Burada bir parantez açıp, hangi sektörde, hangi iş kolunda müşterilerden yapılan kesintilerin bu kadar açık, net ve bilinen olduğunu sormakta yarar var.

Kaldığımız yerden hareket edecek olursak, müşteri için kesinti denilen unsur, kesintiyi yapan şirket açısından geliri ifade eder. Gelirlerin tatmin edici olması, doğrudan hizmet kalitesini etkileyen en önemli unsur.

Kesintilerin az olması ilk bakışta

müşterinin lehine gözükse de aslında kalitesizliği, sıradanlığı beraberinde getiriyor. Bu da bireysel emeklilik sisteminden erken ayrılmalarının neden-sonuç ilişkisindeki görünmeyen gerekçe olarak karşımıza çıkıyor. İyi ve kaliteli hizmet maliyetlidir. Bedeli de ödenmelidir. Devletin yüzde 25 teşvik sağlamasına rağmen, katılımcının hak kazanma süresini dikkate almaksızın ayrılmasında başka bir açıklama aramak zaman kaybıdır. Hizmet kalitesini artıracak, yatırım maliyetlerini hızla karşılayacak yollar aranmalıdır. Bunun için ya kesintiler şirket lehine iyileştirilmeli ya da tüm teşvikler sadece ve sadece katılımcıya verilmemelidir. Tüm paydaşların hakkaniyetli şekilde kazandığı oyunlar başarılı ve amacına hizmet eden oyunlardır. Tek kazananı olan oyunlara oyuncu bulmanın gittikçe zorlaştığını artık görmeliyiz. Bu vesileyle yeni yılınızı kutluyorum. Sağlıcakla kalın!



KADINA DEĞER SİGORTASI ile BNP Paribas Cardif, hayatınıza değer geleceğinize sağlık katar.



Sağlıklı bir gelecek için yanınızdayız.

Kadınlara özgü tehlikeli hastalıklardan birine yakalanmanız halinde oluşacak finansal güçlüklerle karşı çözümler BNP Paribas Cardif'de. Şimdi sizi de bu çözümlerimizden faydalanmak ve sağlıklı bir geleceğe hazırlanmak için 444 43 23 Müşteri İletişim Merkezimize bekliyoruz.

bnpparibascardif.com.tr  BNPPCardifTR  BNPPCardifTurkiye



**BNP PARIBAS
CARDIF**

Değişen
dünyanın
sigortacısı

InsurTech tehdit mi fırsat mı ?

Sigorta sektörünü neler bekliyor



Akıllı Yaşam olarak gelenekselleştirmeyi planladığımız “Gündem Toplantıları”nın ilkinin, 12 Aralık Salı günü The Ritz Carlton İstanbul’da düzenledik. Türkiye Sigorta Birliği (TSB), Sigortayeri ve Quick Sigorta’nın katkılarıyla gerçekleştirdiğimiz ilk toplantıda, “Sigorta sektöründe InsurTech” konusunu masaya yatırdık. TSB Genel Sekreteri M. Akif Eroğlu, Sigortayeri Genel Müdür Yardımcısı Ramazan Çavuşoğlu ve Quick Sigorta

Genel Müdür Yardımcısı Pınar Güzey, InsurTech alanındaki son gelişmeleri değerlendirdi. Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Abacı, Bankalararası Kart Merkezi (BKM) Dijital Ödemeler Ürün Yönetimi Direktörü Okyar Tahaoğlu ve AcerPro Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Acer örnek uygulamaları anlatırken, YTT Hukuk Bürosu ortaklarından Çağrı Çoşar da Türkiye’deki mevcut mevzuatın InsurTech’le gelecek değişim ve dönüşüme uygunluğunu yorumladı.

Moderatörlüğünü Akıllı Yaşam yazarlarından Zeynep Stefan’ın yaptığı toplantıda, ikinci nesil InsurTech girişimi BiSigortacı’nın kuruluş ve yatırım alma süreçlerini de kurucu ortak Metin Öngüç’ten dinledik. Dijital dönüşüm yolculuğu kapsamında müşterilerine sundukları hizmetleri ve iş yapış süreçlerini teknolojik gelişmelere uygun hale getirmeye çalışan sigorta şirketleri için InsurTech kavramının önemi giderek artıyor. Peki InsurTech sigorta sektöründe ne tür değişim/

dönüşümlere yol açacak? Bir yandan yeni fırsatlar doğururken, diğer taraftan kimleri, nasıl tehdit edecek?

İşte bu soruların tartışıldığı toplantıda öne çıkan görüşler, değerlendirmeler...

M. Akif Eroğlu

Türkiye Sigorta Birliği (TSB) Genel Sekreteri

“Her aşamada müşteriye dokunmalıyız”

InsurTech, yeni bir kavram olmasına rağmen kısa sürede sigorta sektörünün bir yolu, parçası oldu. Ancak bu konuya gelmeden önce birlik olarak ne yapıyoruz, neler yapacağız; sektörün sorunlarını nasıl gördük, göreve geldiğimizde iş yapış şeklimizi nasıl değiştirdik, bunlar hakkında biraz bilgi vereceğim. Çünkü yaptıklarımız ve yapmak istediklerimizin hepsi teknolojiyle bir şekilde ilgili. Öncelikle müşteriye dokunmaktan, penetrasyondan bahsedeceğim...

Ben 1992 yılında meslek hayatıma başladım. Hazine Müsteşarlığı, BDDK gibi kurumlarda çalıştım. 15 yıl bankalar yeminli murakıbi olarak denetimler yaptım. Daire başkanlığı görevini üstlendim. Sigortaya adım atmam ise 2009 yılında Ziraat Sigorta'nın kuruluşuyla başladı. O tarihe kadar sadece kasko ve BES'i biliyordum. Sorun sektörün yeterince büyümemesiydi. Peki bu potansiyeli nasıl artırmalıyız, ne yapmalıyız, neyi yanlış yapıyoruz da bu işe odaklanamıyoruz? Şirketlerin günlük operasyonel sorunları var ama birliğin gündemi farklı



olmalıydı. Genel sekreterlik öncesi yönetim kurulu üyesiydim ama birliğin böyle bir gündemi olmuyordu. Trafik sigortasındaki, sağlıktaki sorunları çözelim gibi dertlerimiz vardı ama penetrasyonu nasıl artırmalıyız, bilinci nasıl oluşturalım soruları gündemimizde pek yoktu. Soru olmayınca cevap da olmuyordu. İlk iş olarak kısa, orta ve uzun

vadeli hedefler belirledik. Kısa vadede birliğin kronik sorunlarını gidermek gerekiyordu. Orta ve uzun vadede ise sigorta bilincini nasıl artırırız diye hedefler koyduk. Öbür türlü her profesyonel için şöyle bir tuzak var: Günlük koşturmaca sizi esir alırsa rutin işlere teslim oluyorsunuz. Akşam eve de çok çalıştım diye mutlu gidebilirsiniz. ➡

“TEKNOLOJİYİ, INSURTECH’İ UÇTAN UCA BENİMSEMELİYİZ”

Teknolojiyi, InsurTech’i uçtan uca; üretimden satışa, hasar üretimine, tüm kodlarımızla sektör olarak benimsemezsek her şey havada kalır. Acente dijitalleşmeyi, teknolojiyi kendisine rakip olarak görebiliyor. Bunun bir fırsat olduğunu anlatmalıyız. Sigorta sektörü olarak yeni nesle de ulaşacağımız, sosyal medya kanallarını kullanarak

sigorta bilincini artırmaya yönelik planlamalar yapmalıyız. InsurTech sayesinde; hızın, servis kalitesinin öne çıktığı günümüzde artık sadece fiyatla rekabet etmemeli, hasar yönetimiyle farkındalık oluşturmali, poliçe satışı ile hasar süreci arasındaki dönemi müşteriye fayda sağlayacak farklı hizmetlerle geçirmeliyiz.”

Bu tuzağa düşmemeye çalıştım. Hep büyük resmi kendime hedef olarak koydum. Neydi o büyük resim? Sektöre ve paydaşlara, günün sonunda vatandaş ve ekonomiye fayda sağlayacak bir çalışma yapmak. Bunun için de sektörü büyütmek, penetrasyon oranını artırmak ve farkındalığı geliştirmek...

Sektöre genel olarak baktığımda gerçekten de büyüme istendiğine dair kuşkularım vardı. Öyle ki verilerimizi bile düzenli bir şekilde paylaşmıyorduk. Yaptığımız toplantılarda sorunlarımızı sadece sigorta basınıyla konuşuyorduk. Ekonomi medyasını çağırmiyorduk. Sektör basını zaten bizi iliklerimize kadar takip ediyor. Büyük resimde olmak lazım diye düşündük. İkincisi de sektör hep kendi içerisinde konuşuyordu. Politikacının gündemine gelemiyorduk. Bağlı olduğumuz bakan, yönetim kurulu toplantılarımıza gelmemiş, randevu alamamışız. Vatandaşın gündeminde de hep sorunlarla yer alıyor. Peki bu sorunları nasıl giderecektik? Bir politikacı 140 milyar liralık bilanço büyüklüğü olan bir sektörle niye görüşmezdi? Onun gündemine girmek için faydayı anlatmak gerekiyordu. Sigorta sektörünün hükümete, ekonomiye faydası nedir bunları anlatamazsanız, politikacı randevu vermez. İletişim dilimizde istihdama ağırlık verdik. Hükümetin yaptığı yatırımlarda, ekonominin büyümesinde önemli rol oynadığımızı anlattık. Teminatın önemini vurguladık. "Bankacılar köprüyü finanse eder ama sigortacı teminat vermese kredi çıkmaz" dedik. Büyük fon yaratıyoruz. 140 milyar bilanço büyüklüğü var, 120 milyar fon arz etmişiz ama bunu anlatmamışız.



Yabancı sermayenin önemini konuşuyoruz ama bu sektöre 8 milyar Euro doğrudan sermaye gelmiş onu anlatamamışız. Ankara'ya gittik, sunumlar yaptık. TSB olarak büyük olduğumuzu kabul ettik, şimdi de kabul ettirmeye çalışıyoruz. Evet, tüm bunlar sektörün büyümesiyle, InsurTech ile doğrudan ilgili. Bu işlerde kurumsal olarak kendinizi anlatmanız kolay. Vatandaş dokunmak işin zor kısmı. Vatandaş nasıl dokunacağız? Bilinci ve penetrasyonu artırmak için sadece ürünle vatandaşın karşısına çıkmanın yetmeyeceğini anladık. Bir defa ürün sattığımız jenerasyonu tanımamız lazım. Gençleri tanıyalım, beklentilerini anlayalım istedik. Peki onlara hangi mecralarla ulaşacağız? Bunu şirketlerin birebir pazarlamasının dışında düşünmemiz gerekiyor. Vatandaş dokunmadan bu sorunu çözemeyiz. Sigorta bankalardaki gibi alınan değil, satılan bir ürün. Müşteri memnuniyeti sağlayacak bir yapılanmaya gidemezsek, müşteriye her noktada dokunamazsak yaptıklarımız havada kalır. Diyelim ki müşteriye dokunduk ve ürünü istedi, biz de sattık. Günün sonunda müşteri memnun olmazsa yine

yaptıklarımız havada kalır. Özetle biz teknolojiyi, InsurTech'i uçtan uca; üretimden satışa, hasar yönetiminden müşteri memnuniyetine sektörün tüm kodlarına koyamazsak, yapılan diğer çalışmaların tümü havada kalır. InsurTech organizasyonları önemli ama müşteriye dokunma şekillerini ve hizmet kalitesini değiştirmemiz lazım. Yapısal sorunlarımız var, acenteye mahkûmuz. Acenteyi desteklemeliyiz. Acenteler dijitalleşmeyi kendilerine rakip görüyor. Doğru olmadığını onlara göstermeli, bu sorunu çözmeliyiz. Bunun acenteler için fırsat olduğunu, değerlendirmeyenlerin ister acente, ister şirket olsun mutlaka kaybedenler tarafında olacağını anlatmamız lazım. Bütüncül bir yaklaşımla acenteleri de bu sisteme dahil etmeliyiz. Bu da yetmez, müşteriye ulaştıktan sonra hizmet kalitesini, hasar yönetimini en verimli, en hızlı şekilde kurgulamazsak herkes olumsuz etkilenir. Sonuç olarak; artık hızın, servis kalitesinin öne çıktığı bir dönemde sektör olarak sadece fiyatla rekabet etmemeli, hasar yönetimiyle farkındalık oluşturmaya odaklanmalı, poliçe satış sürecinden hasar süreci arasındaki her aşamada bir şekilde müşteriye dokunmalıyız. İşte InsurTech bunun önemli bir parametresi.

Mehmet Abacı
Anadolu Sigorta
Genel Müdür Yardımcısı

"IT yatırımlarımızın yüzde 41'i dijitalleşmeye gidiyor"

Anadolu Sigorta olarak 2014 yılının sonunda dijital stratejimizi oluşturduk. Bunu yaparken önce "dijitalleşme nedir, ne değildir" sonucuna odaklandık. Öncelikle dijitalleşme internetten poliçe satmak değil. Dijitalleşme şirketin büyümesi, daha çok kâr etmesi ve operasyonlarını çok daha etkin bir şekilde yönetmesi için teknolojiyi her alanda en iyi şekilde kullanması. 2010 yılından bu yana internetten sigorta satıyorduk zaten. Bunu çok fazla dillendirmesek de vardı. Çünkü burada müşteri sahipliği modeli kurmamıştık. Dijitalleşme stratejisiyle birlikte onu da yaptık. Kimdir bu müşterinin sahibi, onu tarif ettik. Müşteri sahipliği sorunu ortadan kalkarsa komisyon paylaşımı da ona göre modellendirilebilirdi. Bunları tarif ettik ve 2 yıldır da dijital strateji planımızı uyguluyoruz. Acente, banka ve broker olmak üzere üç satış kanalımız var. Dijitalleşmeyi de bu üç satış kanalıyla birlikte yapmamız lazımdı. Üç kanalla ilgili ayrı ayrı projeler başlattık. Amacımız müşteri deneyimini iyileştirmektir. Bu deneyim müşteriye poliçe satmakla başlıyor, hasar ve hasar sonrası süreçlerde de devam ediyor. Eksiklerimiz neler, nerelere yatırım yapmamız lazım diye araştırdık, bu doğrultuda çalışmalar yaptık. Geri bildirimlerle yapmamız gerekenleri belirledik. Acentelerin tercih ettiği sigorta şirketi



olmak istiyoruz. Acentelerimiz bizi tercih edecek, şirketi sevecek; biz de en iyi ve en hızlı olacağız. Acenteler için platform oluşturduk. Kullandıkları işlerin yüzde 80'i buradan olacak diye bir hedef koyduk. Bu kanallarımızı desteklemek için mobil, interneti müşteri deneyimini iyileştiren fonksiyonlarla yeniledik. Son 2 yılda "Sigortam Cepte" uygulamasının 30 yeni sürümünü geliştirdik. Sürekli

yeni fonksiyonlar ekledik. Satış sonrası hasar süreçlerini iyileştiren eklemeler yaptık. Artık her bireysel ürünü internetten satabiliyoruz. Acentelerimiz için de internetten satış yapabilen sayfalar yaptık. Onlardan herhangi bir bedel istemedik. Dijitalleşmenin teknolojinin yanı sıra kültürel bir tarafı da var. Kültürel bir değişim olarak acentelerin de yenilenmesi gerekiyor. İş yapış şekliyle ➡

"Z KUŞAĞI, TAKIM ELBİSE GİYİP OFİSTE ÇALIŞMAYACAK"

Dijitalleşme çok popüler ama bunu hayata geçirmek, iş yapış şekline döndürmek, kültürel olarak özümsemek çok önemli. Bunları yapmak için de yetişmiş insana ihtiyaç var. Bu yüzden de gençlerin dikkatini çekmek için aktiviteler yapıyoruz. Kariyer günlerine katılıyoruz.

Sigorta teknoloji yoğun bir sektör ama çalışmak isteyen yeni neslin aklına bu sektör gelmiyor. Biz gençlere dokunmak istiyoruz. Yeni nesil bizim gibi ofis ortamlarında çalışmak istemiyor. Özellikle Z kuşağının takım elbise giyip ofis ortamlarında çalışacağını düşünmüyorum.

bankanın ve bizim de değişmemiz gerekiyordu. Düşünsenize, acentelere web sayfası yapacak ve para almayacaksınız, müşteri sahipliğini yeniden tanımlayacaksınız... Bunlar güçlü söylemler. Arkasında durmak lazımdı. Acentelerimizin üzerinden operasyon yükünü aldık, süreçleri hızlandırdık. Banka kanalımızın kendi platformlarında da sigortacılık yapmaya yönlendirdik. Mobil uygulamamızı 100 bin kişi indirdi, 30 bini aktif kullanıyor. Bizim şirkette çalışanların yüzde 20'sini IT ekibi oluşturuyor. Kural değil ama "Dijital teknolojilere harcadığın her 1 dolar için 7 dolar da mevcut uygulamaları modernize etmek için harcamalısın" derler. Biz de çok ciddi yatırımlar yapıyoruz. Modernize etmediğimiz hiçbir uygulamamız kalmadı. Hedef mimariye ulaştık. IT yatırımlarımızın yüzde 41'i dijitalleşmeye gidiyor. Anadolu Sigorta olarak hızlı değişiyor, hızlı dijitalleşiyoruz.

Ramazan Çavuşoğlu
Sigortayeri Dijital Sigortacılık
Genel Müdür Yardımcısı

"İkinci nesil InsurTech şirketine dönüşmek için çalışıyoruz"

InsurTech firmaları birinci ve ikinci nesil olmak üzere olarak ikiye ayrılıyor. Birinci nesil, sigortacılık sektöründe çok para olduğunu düşünen, "online satalım ve bundan payımızı alalım" mantığıyla yola çıkan girişimciler. Bunlar fiyat rekabetiyle kâr etmeye yönelik işler yapmayı planlayanlar. Böyle bir rekabette değer üretmeyen hiçbir girişim kazanamaz. Sigortacılık sadece



ürün satan değil, servis ve danışmanlık hizmetleriyle de öne çıkan bir sektör. Girişim dünyasında genel olarak geçer şöyle bir tez vardır: Ürün süreci

sadece online ortamda işliyorsa zaten bu oyunun sonunda Google kazanır. Bu şekilde devlere karşı rekabet etme şansınız sıfırdır. Bütün dünyada inovasyon ve

"BAYRAM KASKOSU GİBİ SPESİFİK ÜRÜNLER ÇIKARILABİLİR"

İhtiyaca yönelik mikro sigorta ürünleri ön plana çıkmaya başladı. ABD'de bunun başarılı iki örneği var. Bunlardan Metromile, aracınızı ne kadar mesafede kullandığınıza göre sigorta bedeli belirliyor. Yani gittiğin mil kadar ödeme yapıyorsun. Troy Agency ise "Fotoğrafını çektiğiniz her şeyi sigortalarım" diyor. Sektörler arası ayrım azalmaya başladı. Farklı sektörlerden birbirlerinin işine girmeye başladılar. Her ülke bunları kendi ihtiyaç ve endişelerine göre adapte edip öyle uyguluyor. Örneğin Hindistan'da

sadece kanser riskine karşı geliştirilen bir sigorta var. Bu tür uygulamaların Türkiye'de de yansımaları olacak. Örneğin sadece bayram döneminde geçerli kasko ürünü olabilir. Yerleşen farklı çözümler çıkacak. Sektörün gelişmesini de bunlar sağlayacak. Sigortayeri olarak biz de bankacılık sistemlerine ulaşamayan insanların ayağına sigortacılık ürünleri götürmek istiyoruz. Örneğin, bankamız Aktif Bank'ın N-Kolay stratejisinin bir devamı bütün fatura merkezlerinden insanlar sigorta alabilecek.

girişimcilik tekrar tanımlanıyor ve ikinci nesil InsurTech kavramıyla tanışıyoruz. Yeni firmalar ortaya çıkıyor. Bu girişimler acentelerin düşman olmadığını, onların süreçleri daha pratik hale getirildiğinde, insanların hayatlarına değer katacak çözümler geliştirildiğinde sigortacılık pazarının büyüyeceğini ve kendilerinin de daha başarılı hale geleceklerini anlamaya başlıyor. Girişimler bu mantıkla yeniden yapılanıyor ve farklı farklı çözümler üretilebiliyor. Bir kısmı acentelerin iş yapış süreçlerini otomatik hale getirip hayatlarını kolaylaştırıyor, onların dijital handikaplarını giderecek ürünler geliştiriyor. Acentelerin bu sektörün vazgeçilmezleri olduğunu kabullenen, servis ve danışmanlık tarafında çok önemli olduğunu anlayan çözümler üretiyorlar. Sigortayeri de ilk aşamada birinci nesil InsurTech şirketi idi, benzer yanlıları biz de yaşadık. İkinci nesil olma yolunda bunu aşmaya başladık. Bütün yatırımlarımızı insanların hayatlarına değer katacak farklı çözümler üretmek üzerine kurguluyoruz. Bunun avantajlarını hem InsurTech firmaları hem de araçlar yakın zamanda çok daha fazla görmeye başlayacak. Bunun en bariz örneklerinden biri, ABD’de sadece kiracılara yönelik sigorta satan Jetty firması. Belli bir noktadan sonra bu şirket kiracıların depozitolarını da toplamaya başladı. Bu da bir sigorta aslında; depozitoları işletiyor, evlerde hasar olunca da bu fondan karşılıyorlar. Hem bir kefil mekanizması hem de sigorta sistemi kuruyorlar. Bu tür yeni nesil yatırımlar hem sigorta sektörünü büyütüyor hem de farklı kesimlerden yeni müşteriler yaratıyor. Biz de ikinci nesil InsurTech şirketine dönüşmek için çalışıyoruz.



Pinar Güzey
Quick Sigorta Dijital Kanallar
Genel Müdür Yardımcısı

“Dijital projelerin yüzde 80’inden fazlası başarısızlıkla sonuçlanıyor”

Herkesin dijital dönüşüm istediği bir ortamda biz dönüşümü

konusmuyoruz. Çünkü Quick Sigorta olarak dijital doğduk, dijital olarak da büyüyoruz. Dijital dönüşüm çok sancılı bir süreç. Küresel örneklerine baktığımızda dijital projelerin yüzde 80’den fazlasının başarısızlıkla sonuçlandığı görülüyor. Büyük firmalar çok büyük yatırımlar yapıyor ama çoğu başarısızlıkla sonuçlanıyor. Çünkü bu dönüşümler şirket çalışanları tarafından yeterince

“SİGORTACILIK ÖĞRENCİLERİ POLİÇE GÖRMEDEN MEZUN OLUYOR”

Quick Sigorta’nın benim çok sevdiğim bir mottosu var. Yöneticilerimiz “Şirket yeni, biz eskiyiz” diyor. 25 kişilik ekibimizin çoğunu sigorta sektörüne yıllarını vermiş deneyimli yöneticiler oluşturuyor. Bu kadro, sektörün InsurTech ve gençlerle büyüyeceğine inanıyor. Bu kapsamda sosyal sorumluluk projelerimiz var. Sigorta eğitimi alan gençler üniversiteden poliçe görmeden mezun oluyor.

Biz de bu gerçekten yola çıkarak, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi’nin Zara ilçesindeki Veysel Dursun Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Sigortacılık ve Risk Yönetimi Bölümü’ne gidip öğrencileri ziyaret ettik. Öğrencilere sistemlerimizi açtık ve poliçe kesebilecekleri bir platform oluşturduk. Bizi eleştirip çeşitli öneriler getirebiliyorlar. Şimdi diğer üniversitelere de gidiyoruz.

sahiplenilmiyor. Bir diğer neden de şirketler nereye fokuslanacağını bilmiyor. Zamanlarını ve kaynaklarını yanlış işlere harcayabiliyorlar. Biz bu işe salt teknoloji olarak bakmıyoruz. Herkes gücü oranında teknoloji yatırımı yapabilir. Ancak teknolojik yatırımlar tek başına rekabet avantajı sağlamıyor. Biz stratejimiz doğrultusunda bu yatırımları nasıl kullanırız, şirkette nasıl bir kültür oluştururuz sorularına yoğunlaştık. 2 ay boyunca 6 bin acente adayının başvurularını topladık ve 1000'in üzerinde acentelik verdik. Bunlar normalde çok uzun süreç alan operasyonlar. Teknolojiyi doğru kullanarak, sadece 2 ayda bir banka, 47 broker ve 1000'den fazla acenteye tüketiciye ulaşılabilir hale geldik. Bu da dijital ortam sayesinde oldu. Acente adayı başvurduğunda, fotoğrafından çalışan bilgilerine, mali durumundan portföy yapısına kadar her veriyi otomatik olarak online görebiliyoruz. Bütün bu süreçte bize başvurduğundan sözleşmesi bizde basılabilir. Acentelerimizi dijitalleşme yönünde destekliyor ve büyük fırsatlar sunuyoruz. Sosyal mecraları kullanma yöntemlerimizi de değiştirdik. Her mecra farklı bir şekilde, farklı bir tüketici kitlesine ulaşıyor. Eskiden bunlar basın bültenleriyle yapıldı. Basında çıkacak bir bülteni 5 kişi onaylardı. Sosyal medyada ise anlık cevap vermek gerekiyor. Eski yöntemlerle cevap vermeyi denerseniz başarısız olursunuz. Bizde birçok sorumluluk genel müdür yardımcısı seviyesinde takip edilir. 25 kişiyiz ve hızlı bir şekilde sorunları çözüyoruz.



Okyar Tahaoğlu
Bankalararası Kart Merkezi
Dijital Ödemeler Direktörü

“Sigortacılar ‘TechInsur’ olasılığına karşı hazırlıklı olmalı”

Finans sektörünü “yıkıcı” inovasyonla yenileyen girişimlere FinTech deniyor. FinTech’lerin hangi alanlara odaklandığına baktığımızda, ilk sıralarda ödeme, para transferi, kişiden kişiye kredi ve sigortayı görüyoruz. Startups. watch verilerine göre, 2017 yılında InsurTech alanına tüm dünyada 1.9 milyar dolar yatırım yapıldı. Ülke olarak ilk sırada ABD,

ikinci sırada ise Hindistan var. Söz konusu yatırımların yüzde 60’ı küresel sigorta şirketlerinin kurduğu fonlardan geldi. Ödemeler dünyasında hem dünyada hem de Türkiye’de dijital dönüşüm var. BKM olarak biz de bu dönüşüme katkı sağlıyoruz. 2012 yılında bankaların ve lider e-ticaret sitelerinin desteğiyle BKM Express’i geliştirdik. Şu an 1.5 milyon üyesi olan, 27 bin işyerinde geçen, en çok kullanılan dijital cüzdan haline geldi. İnternette alışveriş keyifle yapılan bir aktiviteyken, ödeme anı bu keyfi en son aşamada yavaşlatan, kartın hanelerini girmek gibi monoton hale getiren bir adımdı. Dijital ödemeler sayesinde bu sancı e-ticarette

aşıldı. Artık ödeme anı alışverişin keyfini bozmuyor; hem görünmez oldu hem de kontrolü kullanıcıya verdi.

Sigorta sektörüne bakarsak, yıllardır ödemeler nakit yerine kart ve hesaptan yapılıyor. Para akışı dijital olsa da deneyim henüz dijital değil. Sigortacılık kanalları dijitalleştirilince ödeme de görünmez hale gelecek. BKM'nin sigorta sektörüne özel geliştirip 2016 yılında sunmaya başladığı kart saklama ve güvenli ödeme hizmeti buna bir örnek. Hangi satış kanalı olursa olsun, kartın tüm bilgilerini sigortalıdan almadan ödeme mümkün hale geldi. Kullanıcının bizden beklentisi, güvenlikten ödün vermeden ödemeyi kolaylaştırmamız.

Yıkıcı ve dönüştürücü teknolojiler her sektör için hem risk hem fırsatları beraberinde getiriyor. Bu yeni teknolojilerin en büyük özelliği araçların ortadan kalkması, deneyimin sadeleşmesi ve gücün tüketicinin eline geçmesi. Sigorta sektörünün geleneksel kanalları, bir aracıyla sigortalıya ulaşmak üzerine kurulu. Sigortacılık için en büyük risk bu. Peki teknolojiyi cesurca kullanan bir girişim konvansiyonel araçları ortadan kaldırabilir mi?

"Mobile-only" (sadece mobil) sigorta örneklerini ABD pazarında görmeye başladık. Mesaj uygulamasında sohbet ederek birkaç adımda poliçe alınıyor, tabii arkada bir robot yazılım var. Bugün acentenin de müşterisiyle sohbet (chat) uygulaması üzerinden satış veya yenileme yaptığını düşünürsek gerçekçi bir deneyim. Ülkemizdeki teknoloji bilgisi, mobil cihaz sahipliği böyle bir yeniliğe hazır. Burada en büyük zorluk, risk gerçekleştğinde bu yeni teknoloji klasik

acente ilişkisinin yani insanın samimiyetini kopyalayabilecek mi? Bunun yanıtını bulan öncü olacaktır.

İkinci risk, "The Four" diye adlandırılan Amazon, Apple, Facebook ve Google'in sigorta sektörüne girmesi olabilir. Bu konuya ilgi duyduklarını görüyoruz. "TechFin" diye adlandırılan teknoloji şirketlerinin finansal hizmet sunması gibi "TechInsur" yönelimi olabilir. Sigorta sektörünün ekosistem olarak bu ihtimale karşı hazırlıklı olması gerekiyor.

Diğer bir risk de yeni teknolojiyle değişen gündelik hayata sigorta ürünlerinin ve primlerinin nasıl uyum sağlayacağı. Günlük hayattan bir örnek verelim: Bugün araç kullanırken herkesin cep telefonuna baktığı, navigasyonu takip ettiği veya mesaj yazdığı bir gerçek. ABD'de her dört trafik kazasından biri sürücünün telefonda mesaj yazması kaynaklı. Bu gerçeği primleri artırmadan teknolojiyi kullanarak ölçmek, puanlamak hatta doğru davranışı ödüllendirmek riski fırsata çevirmek mümkün mü? Fırsatlara girilirse, sigorta

sektörü de bu teknolojileri büyük sorunlarını çözmek için kullanabilir. Zaten sigortacılık ekosistem ve iş ortaklığı üzerine kurulu; acente, broker, bankasürans, fon yönetimi, asistans hizmetleri gibi çok zengin bir ekosistem üzerinde yürütülüyor. Önceden satış kanalı ve destek hizmetleri için iş ortaklığı yaparken, artık ürün sunma, veri analizi, müşteriye izleme, ödeme, dijitalleşme gibi alanlarda iş ortaklığı yapabilir. Şimdi sigortacıların kendi teknoloji ve inovasyon ekosistemini kurma zamanı. Bunun örneklerini küresel sigorta şirketlerinin 2017 yılında yatırım yaptığı girişimlerde görüyoruz. Robo-danışmanlık servisi, giyilebilir teknolojiler, drone'lar, anlık ihtiyaç sigortası platformu, ev sahibi ve kiracılara yapay zeka sigorta teklifi, otonom arabalar, akıllı evler gibi dikey konulara yatırım yapıyorlar. BKM olarak bu yeni teknolojiler arasında yapay zeka ve blockchain'e ilgi duyuyoruz, her iki alanda da pilot çalışmalara başladık. Şirket içinde BBN adını verdiğimiz blockchain hyperledger teknolojisi ➡

"SİGORTACILIK TERİMLERİ SADELEŞTİRİLMELİ"

Yeni teknolojiler öncelikle aracıyı ortadan kaldırıyor, katma değer sağlamayan kimse arada kalamıyor. İkincisi, deneyimi sadeleştiriyor; arka taraf karmaşık ama ön taraf çok sade ve basit, kimseyi yormuyor. Teknoloji bir de gücü tüketiciye veriyor. Bugün artık çalışan patrondan, müşteri de şirketten korkmuyor. Bu açıdan bakıldığında teknoloji hem riskleri ve hem de fırsatlar içeriyor. Artık "chat" yapar gibi sigorta yaptırabiliyorsunuz. Acenteler de bu yol üzerinden yenileme yapıyor. Buradaki en büyük sorun, risk gerçekleştiğinde aradaki acentenin verdiği sıcaklık yani ilgi ne olacak? Bunu da çözerlerse bu alanda iyi fırsatlar var.

İkinci risk ise büyük kurumlar bu işe giriyor ve silip süpürüyor. Sigorta sektörü de bunlara çeşitli alternatifler üretebilir. Ekosistem açısından da çok şanslı bir sektör sigortacılık. Bankacılığa göre daha açık. Bugüne kadar satış ve destek için kullanılan ekosistem, start-up'ları mutfaka alıp ürün geliştirmek için kullanılabilir. Herkes sektörde bilinci artırmaktan bahsediyor, bu da teknolojiyle geliştirilebilir.

Sigorta terimleri anlaşılmaya çok uygun değil. Satış ve sonrasında sürprizler olmadan tüketicinin ne aldığını iyi bilmesi lazım. Teknoloji sigorta terminolojisinin sadeleştirilmesinde de kullanılabilir.

üzerine kurulu aktif bir mobil uygulamamız var. Bu sayede blockchain'in sınırlarını tanıyor ve iş hayatında uygulanabilir bir pilot yapıyoruz. BKM verilerine göre kartlarla yapılan sigorta ödemeleri 2016'da bir önceki yıla göre yüzde 30 arttı. Bu veri ödemelerin sigortacılık için gelecekte de önemli olacağını gösteriyor. Ödeme sistemleri doğrudan bir kanal olmasa da satış kanalı içinde görünmez, zahmetsiz ve kontrol edilebilir bir araç olarak konumlanıyor. İşin doğası gereği insanlar önce ihtiyaçlarına yöneliyor ve sonra ödeme seçeneklerine bakıyor. Ödeme seçeneklerinin çok olması tabii ki alıcıyı memnun ediyor. Sigortacılık açısından ödemelerin dijitalleşmesini ikiye ayırabiliriz. Birincisi kendi dağıtım ve ödeme kanallarında dijital dönüşüm, ikicisi dijital olarak satılan ürün ve hizmetlere bütünleşik sunulacak sigorta ürünleri. Birincisinde örneğin saha satış ekipleri, kağıt poliçe yerine tabletlerle teklif oluşturup sunuyor, onayı da müşteriden dijital ortamda alıyor. İşte biz bu aşamada devreye giriyoruz; ödemenin anında garantilenerek poliçeleştirildiği bir akış. Yani çalışanlardan başlayarak müşteriyi sunulan kanalın dijital ortamda yönetilmesi. Ödeme sistemlerinin katkısı olan ikinci konu ise Uber, BiTaksi, Airbnb gibi iş modellerinde sigorta hizmetinin bütünleşik olması. Bugün bunun örneğini, online havayolu bileti alırken seyahat sigortası ve koşulsuz bilet iadesi gibi hizmetlerle görüyoruz. Önyüzde cazip tekliflerle müşteri ikna edilirken ödeme sistemlerine düşen görev, arkadaki karmaşık ödeme akışlarını yönetmek, bilet bedeli ve sigorta bedelinin tahsilatını yapmak oluyor.



Fatih Acer
AcerPro
Yönetim Kurulu Başkanı

"InsurTech ile hasarları minimuma indirecek cihazlar geliştirilecek"

2005 yılından bu yana sigorta sektörünü dijitalleştirmeye çalışan bir şirketiz. Aracılarla birlikte bankasürans yazılımları geliştirerek başladık. Birden fazla bankayla çalışan sigorta şirketlerinin operasyonlarını minimize eden, onları

müşterilerine her kanaldan ulaştırabilen platformlar geliştiriyoruz. Bu da sektörün dijitalleşmesi anlamına geliyor. Bu anlamda sigortacılık bankacılıkla entegre bir sektör. Şimdi bütün sigorta şirketleri bu imkanları sağlıyor ve acenteler kanalıyla bu işleri yapıyor. Ancak sigorta şirketlerinin altyapıları, ürünleri, servisleri farklı olabiliyor. Bunları bir platformda toplamak kolay değil. Yurtdışında örnekleri var ama sadece teklif alınıyor, satın alma işlemi şirketlerin kendi ekranlarında yapılıyor. Biz de bu tarz teknolojiler geliştiriyoruz. Aslında yaptığımız, InsurTech şirketleri oluşturmak.

İsviçre’de de faaliyet gösteriyoruz. Bir yandan da InsurTech ekosistemi oluşturmak için kamu, kurumlar, araştırmacılar ve teknoloji şirketlerinin yer aldığı bir ekosistem oluşturmak için 2 aydır çalışıyoruz.

InsurTech’i, sigortacılık operasyonlarını minimize eden, verimlilik artıran her türlü teknolojik çözümler olarak tanımlayabiliriz. Bunun birçok kategorisi var. Örneğin, otomotiv endüstrisinde hasar önleyici uygulamalar. İşte, Tesla çıktı sürücüsüz araç üretti. Sensörlerle donatılmış araçlar üretiyorlar. Kaza riski minimuma ineceği için de sigortacılık kavramı değişiyor. Sigorta sektörü dönüşmekten öte evrim geçiriyor. Sağlık sigortacılığı alanında da cihazlar geliştiriyorlar. İnsanlara takılabilen birçok sensör var. Örneğin, kalp krizi geçirmeden önce sizi uyarıyor. Bunun gibi 200’e yakın hastalığı oluşmadan önce haber verecek sensörler geliştiriliyor. Bunlar hayatımıza girince sağlık sigortacılığı kavramı değişecek. Ona göre ürünler, ona göre servisler oluşacak. Hastaneler de ona göre önlemler alacak. Kısacası InsurTech’in en önemli özelliği, hasarları en aza indirecek cihazların geliştirilmesi olacak. Sigortacılıkta blockchain uygulamalarını kullanabilecek sistemler geliştirilecek. Bu anlamda sektöre çok önemli



görevler düşüyor. Son dönemde “FinTech ile InsurTech arasında nasıl bir ilişki var” diye de sıkça soruluyor. FinTech şirketleri Türkiye’de çok ağır ilerliyor. Çünkü bankalar bütün teknolojik geliştirmeleri kendi bünyelerinde yapıyor. Dışarıya güvenemiyorlar. Bankalar bu tür işleri dışarıya verirse bu şirketler gelişecek. InsurTech tarafından ise sigortayla ilgili otomobil, nakliye, deprem, sağlık gibi birçok alan var.

Metin Öngüç
Bi'Sigortacı Kurucu Ortak

“Konu sigorta olunca önünüze görünmez bir duvar çıkıyor”

2013 yılında bir acentede BES ve hayat sigortası satarak bu mesleğe başladım. Sonra çağrı merkezleriyle ilgili yasa çıktı, kimseyi arayamaz hale geldik. Satışlar düştü, komisyonlar azaldı. Sinemada film izlerken bu fikir aklıma geldi. Birkaç farklı domain aldım ve istifa edip işten ayrıldım. Yazılım ve deneme süreçlerini geçtikten sonra Mart 2017’de Türkiye’de İTÜ Çekirdek Kuluçka Merkezinde kurulan ilk ve tek InsurTech start-up’ı olduk. 8 kişilik ekibimiz var. İTÜ Çekirdek ve Agito’dan yatırım

“EN AZ 100 GİRİŞİMİ DESTEKLEMELİK İSTİYORUZ”

Sigorta sektörünün dijitalleşmesi ve teknolojinin kolay kullanılması için çözümler üretiyoruz. Dijitalleşmenin önündeki en büyük engellerden biri, kullanıcı eksikliği. Arabayı veriyoruz ama kullanacak kimse olmadığı için ya garajda bekliyor ya da hep birinci viteste kullanılıyor. Kısacası sadece teknoloji yatırımı yetmiyor, onun

iyi kullanılması lazım. Bu konuda dijital bir ajans kurduk. InsurTech tarafında ise 2018’de küresel bir zirve düzenleyeceğiz. Yatırımcıların, sektörün, kamunun, meslek gruplarının bir arada olacağı bir zirve olacak. Bir de InsurTech ekosistemi olarak en az 100 girişimi desteklemek istiyoruz.

aldık. İTÜ Çekirdeğe giren kadar 12 kuluçka merkezinden elendik. Konu sigorta olunca önünüze adeta görünmez bir duvar çıkıyor. 42 yatırımcıyla görüştük. Herkes “deneyip bir görün” dedi. Ama yılmadık ve sonunda yatırımcı bulabildik.

İşimiz, internet üzerinden sigorta yaptırmak isteyen müşteriler ile acenteleri buluşturmak. Bunun için bir platform oluşturduk. Kısa sürede 1000’e yakın acente sistemimize kayıt yaptırdı. Müşteri talep formu dolduruyor ve Bi’Sigortacı olarak onu bölgedeki acentelere yönlendiriyoruz. Şu anda projenin ilk aşamasındayız. Günde ortalama 150 talep gönderiyoruz acentelere. Yüzde 10 civarında satışa dönme oranı var.

“SİGORTA KULUÇKA MERKEZİ KURULSA ÇOK İYİ OLUR”

Bi’Sigortacı olarak 6 ayda 10 bine yakın sigorta teklifi oluşturduk. Bunların 6 bini kasko ve trafik. Kalanı da sağlık ve DASK. İnsanlar trafik sigortası isterken kasko alabiliyor. Zorunlu trafik sigortası talep edip kasko formunu doldurabiliyor. Bilinçle ilgili bir problem var. Elimizde 9 niş ürün var ama sigorta şirketlerine anlatmakta zorlanıyoruz.

Çağrı Coşar
YTT Hukuk Bürosu

“Regülatör engelleyici değil; paydaş, oyuncu olmalı”

Genelde hukukçular, konuyla ilgili bir taslak, yasa ya da yönetmelik yayınlandıktan sonra değerlendirme yapıyor. Oysa şu anda InsurTech ile ilgili bir taslak yok, sadece mevzuata uyumlu mu değil mi konusunda yurtdışında tartışmalar var. Sadece dünyada neler oluyor diye, raporlara bakıyoruz. Akla yatkın bir



regülasyon için çeşitli yaklaşımlar var. 2017’de olmadı ama 2018’de bizim de gündemimize gelebilir. Mevcut mevzuatın dijital ürünler sunmaya uygun olup olmadığı konusunda bazı soru işaretleri var. Sigortacılık Kanunu var ama InsurTech çok yeni. Bu tür firmaların yüzde 47’si, regülasyonları ilk engel olarak görüyor. Regülasyonlara yönelik olumsuz algı sadece Türkiye ile sınırlı değil, dünyada da böyle bakılıyor. Sigortacılık regülasyonsuz düşünülemez

ama bunu hangi tanımlarla ayağa kaldıracığımız konusunda tartışmalar yapılmalı. Yüzde 47 oranında regülasyonun engelleyici görülmesi endişe verici ama regülatör olmadan pasta da büyüyemez. Doğru regülasyon olmalı. InsurTech konusunda bir mevzuat olması gerektiği konusu gündeme gelecektir. Ancak geleneksel sigortacılığın dışında yeni mevzuat gerekiyor. Yeni gelişmeleri eski mevzuatla yönetmek mümkün değil.

“MEVZUAT KORUMACILIKTAN ZİYADE PASTAYI BÜYÜTMELİ”

Yeni kavramların konuşulduğu sektörlerde yeni mevzuatların gelmesi kaçınılmaz. InsurTech açısından da bu böyle olacaktır. Teoride, düzenleyicinin proaktif olması lazım. Düzenleyici sadece kalıpla-

rı korumaya yönelik değil, pastayı büyütmek için mevzuat çıkarmalı. İngiltere’de bunun örnekleri var. Düzenleyicinin özel olarak konumlanması bu girişimlerin başarılı olmasında önemli rol oynuyor.

Ziraat Bankası'nda bir gecede 11 genel müdür yardımcısı değişti

Kim nereye transfer oldu?

ING Bank'ın yeni genel müdürünü sektör finansgundem'den öğrendi

Sektörle ilgili son gelişmeler

TRT Genel Müdürlüğü'ne talip olan bankacı kim?

Hepsi ve daha fazlası için
www.finansgundem.com



FİNANS SEKTÖRÜNÜN
İNTERNETTEKİ BULUŞMA ADRESİ

“Markamızla, acentelerimizle maça 1-0 önde başlıyoruz”

15 yıllık kısa geçmişine rağmen sektörde kâr eden ve istikrarlı büyüyen az sayıda şirketten biri olmayı başaran Sampo Japan Sigorta'nın yıldızı parlamaya devam ediyor. Genel Müdür Yardımcısı Şenol Ortaç, bu performansta acentelere verdikleri önemin, onlarla uyumlu çalışmalarının ve dijitalleşme yatırımlarının önemli etken olduğunu vurguluyor...

Sampo Japan Sigorta, dijitalleşmenin, online satışların acenteciliğin sonunu getireceği öngörüsüne inat acenteleri ana dağıtım kanalı olarak konumlandırmaya devam ediyor. Şirket, bu sözde değil özde kararının ve istikrarlı çalışmalarının meyvesini ise sürekli artan pazar payı ve sektörün nadir kârlı şirketlerinden biri unvanıyla alıyor. Sampo Japan Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Şenol Ortaç ile şirketin acente stratejisini, kârlı ve sürdürülebilir büyümenin sırrını konuştuk...

Sampo Japan Sigorta olarak sektörde bulunduğunuz noktayı kısaca özetleyebilir misiniz?

Sampo Japan Sigorta olarak son yıllarda acenteler tarafından en çok tercih edilen şirket haline geldik. Bu söylemim sadece hissiyatla sınırlı değil, son yıllardaki üretim verileri ve rakamlarla da destekleniyor. Şirketimiz çok değil 3 yıl önce acente dağıtım kanalı prim üretimi sıralamasında 9'uncu sıradaydı. Her yıl önemli bir ivme kat ederek, 2017'nin ilk 9 ayında 4'üncü sıraya yükseldik. Acentelerin üretiminin yüzde 80'ini oluşturan oto sigortalarında, yani kasko ve trafik üretimi toplamında ise



Şenol Ortaç



SOMPO JAPAN
SIGORTA

3'üncü büyük şirket olduk. 15 yaşında genç bir şirket olmamıza rağmen, hızlı ve etkin adımlarla çok önemli bir başarı hikayesini şimdiden elde ettik.

Sizce acentelerin bu ilgisinin temel sebebi nedir? Oto sigortalarındaki rekabetçiliğiniz mi?

Hepimizin bildiği gibi müşterilerin oto sigortalarında fiyat duyarlılığı çok yüksek.

Şirketlerin rekabetçi olması acenteler açısından da oldukça büyük önem arz ediyor. Ama acentelerimizin en az fiyat kadar önemli verdikleri diğer bir husus da fiyat istikrarı. Hiçbir acente içinde bulunduğu yılda uygun fiyata sattığı bir poliçeyi, bir sonraki yıldaki yenileme döneminde, özellikle müşteri hiçbir hasar olayıyla karşılaşmamışsa, yüksek fiyat vermek istemiyor. Bu yüzden

şirketlerin fiyatlarında yaşanan dalgalanmalar en çok bizim müşterileri karşılaştıran yüzümüz olan acenteleri rahatsız ediyor.

Peki acenteler bir sigorta şirketinden başka neler bekliyor?

Acentelerin doğal olarak ticari aktivitelerine devam edebilmek, bu aktivitelerini geliştirmek için şirketlerden birçok beklentileri var. Sompo Japan Sigorta olarak elementer sigorta alanında acenteler tarafından satılan tüm ürünlerimizde başarılı uygulamalarımız mevcut. Özellikle teknoloji alanında sektörün en başarılı şirketlerinden biri olduğumuzu düşünüyorum. Acentelerimizin hayatını kolaylaştırmak amacıyla birçok farklı uygulama geliştirdik. Örneğin, tüm bireysel ve KOBİ ürünlerinde acentelerimizin çok kısıtlı bilgiyle detaylı teklif hazırlamalarına olanak sağlayan hızlı satış ekranlarımız var. Ayrıca yine kaskodan trafiğe, ferdi kazadan sağlığa birçok ürünün ek belgeleri de tek tuşla ve çok çok sınırlı bilgi girerek bu sistemden üretilebiliyor.



Teknolojiyi kullanarak geliştirdiğiniz uygulamalar acentelerin hayatını nasıl kolaylaştırıyor?

Çok gelişmiş web servislerimiz var. Acentelerimiz bu sayede kendi web sitelerinden teklif/poliçe üretebiliyor, yine varsa kendi kullandıkları sigortacılık yazılımı üzerinde farklı uygulamalar geliştirebiliyor. Onlar için geliştirdiğimiz diğer bir dijital yenilik de Ejento adını verdiğimiz mobil uygulamamız. Bu uygulama, özellikle günün çoğunu aktif satış için ofis

dışında geçiren veya mesai saatleri sonrası müşterilerine hizmet vermek isteyen acenteler için büyük bir kolaylık. Ejento sayesinde acentelerimiz 7/24 cep telefonu veya tabletlerinden teklif çalışabiliyor, poliçe üretebiliyor, hatta poliçelerini dijital ortamda müşterilerine iletebiliyor. Yine müşterilerinin hasarlarını her detayda takip edebiliyor, onlara anında sözel veya mail ile bilgi verebiliyorlar.

Acentelerimiz için bir diğer farkımız mesai saatlerimiz. Sompo Japan Sigorta'nın acenteleri için mesai saati 8:30'da başlıyor. Öğlen arası da dahil her gün saat 20:00'de son buluyor. Bu çalışma saatleri cumartesi günleri de geçerli. Böylelikle acentelerimizin özellikle bireysel ürünlerde mesai sonrası ve hafta sonu cumartesi günleri üretim, otorizasyon ve bilgi alma konusunda yaşadıkları önemli bir problemi çözmüş olduk.

Acentelerle ilişkileriniz açısından sizi sektörün diğer aktörlerinden ayıran başka farklı uygulamanız var mı?

Elbette. Sektörde fark yaratan komisyon ve kampanya uygulamalarımızı da örnek





verebilirim. Yıl içerisinde onların gelirini artırabilmek amacıyla sayısız kampanya düzenliyoruz. Yine birçok üründe sektörün oldukça üzerinde komisyon uygulamalarımız mevcut. Aynı şekilde, yıllardır acentelerimiz tarafından beğenilen eşsiz seyahat kampanyalarımız var. 2017 yılında acentelerimiz için Budva ve Hong Kong-Singapur seyahatlerini düzenledik. 2018'deki ilk seyahatimiz ise Japonya'ya olacak. Acenteleri ilgilendiren bir başka önemli husus da çalıştıkları şirketin müşteriler nezdinde bilinirliği ve güvenilirliğidir...

Bilinirlik ve güvenilirlik açısından sektördeki konumunuzu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bir Japon firması olduğumuz için güvenilirlik açısından maça 1-0 önde başlıyoruz. Düşünün, hiç aklınıza kalitesiz

bir Japon markası geliyor mu? Müşterilerimiz de Japonlara ve Japon ürünlerine çok güveniyor, sempatiyle yaklaşıyor. Buna bir de 3 yıldır sponsoru olduğumuz Beşiktaş Basketbol Takımı isim sponsorluğunun yarattığı bilinirlik ve olumlu imaj eklendiğinde, elbette acentelerimizin müşteri nezdinde bizim poliçemizi satmaları çok daha kolay oluyor.

Şirket-acente ilişkisi açısından sizi diğer şirketlerden ayıran başka ne gibi özellikleriniz var?

Öncelikle hiçbir acentemize “sadece bizle çalışacaksın” diye kısıtlama getirmiyoruz. “Sadece bizimle çalışmazsanız komisyonunuzu düşürürüz” ve/veya “Sizi bazı hizmetlerimizden yararlandıramayız” diye bir söylemimiz de hiç olmadı. Yine sektördeki birçok sigorta şirketinden farklı olarak

sadece düşük kârlılık ve üretim dengesizliği nedeniyle acente kapatmıyoruz. Özellikle kârlılık açısından öncelikli sorumluluğun sigorta şirketlerinde olduğunu düşünüyoruz. Hatta dönem dönem acentelerimizle mevcut portföylerini nasıl daha kârlı hale getirebilecekleri konusunda birebir çalışmalar yürütüyor, müşteri özelinde iyileştirme önerileri oluşturuyoruz. Yönetim istikrarı, yaygın acente satış yönetimi, hasar uygulamaları, acente hasar iletişim merkezi, merkezi operasyon birimi gibi daha birçok özelliğimiz, hizmetlerimiz mevcut.

15 yaşında gencecik bir şirket olarak acentelerin bu derece beğenisini kazanan bir şirket olmak tüm çalışma arkadaşlarımıza büyük gurur veriyor ve bizleri daha iyiyi yapmak, daha ileriye gitmek adına motive ediyor.



Büyük hayallerimizle, adım adım

Dünya'nın Kalbindeyiz!

Türkiye

Sırbistan

Ürdün

Lübnan

Azerbaycan

Kıbrıs

Bahreyn

Suudi Arabistan

Kuveyt

Nahçıvan

Fas

İngiltere

Amerika

Mısır

Belçika

Hollanda

İspanya

İsveç

Almanya

Katar

BAE

Irak



HARİKA BİR DİJİTAL FIRTINA VE



Roger Peverelli

Daha önce Amsterdam ve Barcelonada düzenlenen DIA (Digital Insurance Agenda - Dijital Sigortacılık Ajandası) konferanslarının üçüncüsü kasım ayında Almanya'nın Münih kentinde yapıldı. 1000'in üzerinde katılımcı ve 50'den fazla InsurTech alanında faaliyet gösteren start-up şirketin katıldığı konferansa ilgi çok yoğundu. DIA konferansı için katılım davetini aldıktan sonra önce isminin anlamını ve Amsterdam ile Barselona organizasyonlarının nasıl geçtiğini merak ettim. Konferanstan ziyade, ilginç

Her yıl InsurTech'te dünyanın en etkili 50 ismi arasına giren Roger Peverelli, "Sigortacılığı dönüştüren genç nesil, teknolojinin içinde doğmuş bir nesil ve DNA'ları zaten dijital! Dolayısıyla sigorta şirketlerinin ihtiyaç duyduğu teknolojik değişimin bu yeni nesil aracılığıyla gelmesi doğal. Denenmeyi, daha önce yapılmayı yapmayı, daha hızlı, daha kolay ve müşteri odaklı bir sistem kurarak sigortacılığı şimdiye kadar kimsenin yapamadığı kadar basitleştirmeyi hedefliyor ve bunu başarıyorlar" diyor...

mekan seçimleri ve katılımcıların sıra dışı sunumlarıyla bir ürün lansman partisine benziyordu. Organizasyonun çok iyi olduğunu belirtmeliyim. Münih konferansı, katılımcı büyük sigorta şirketleriyle daha görkemli geçti. Şehrin biraz dışında, bir film stüdyosunda düzenlenen

etkinlikte 1000 dolayında dinleyici ve 50 teknoloji şirketi yer aldı. Konferans, sigorta şirketleri için bir sunum şenliği tadında geçti. Birçok sigorta şirketinin üst düzey yöneticileri dinleyici veya konuşmacı olarak konferansta yerini almıştı. Sunumlarını

gerçekleştirecek teknoloji şirketlerine sadece 10 dakika verildi ve ekranda önceden hazırladıkları bir görsel yerine sadece ürünlerinin demosu vardı. Konuşmacı profili de çok ilginçti. İki gün boyunca gerçekleştirilen sunumların hemen hepsini izledim. Konuşmacıların en yaşlısının 35 yaşlarında olduğunu söyleyebilirim. Üniversiteden yeni mezun olmuş ve kafasındaki teknolojik yenilik fikriyle sigorta sektörünü dönüştürmek isteyen birçok genç konferansta yerini almıştı. Sunumlar sırasında notlar alan üst düzey yöneticiler, verilen kahve molalarında sahnenin gerisinde kurulan alana giderek beğendiği teknoloji şirketi hakkında detaylı bilgiler elde edebiliyordu. Teknoloji şirketi sahipleriyle sonradan yaptığım görüşmelerde bana, sigortacılarla birçok görüşme organize ettiklerini ve fikirlerini birebir anlatacakları notunu ilettiler. Bu açıdan katılan herkes iki günlük yoğun konferansın amacına büyük ölçüde ulaştığı konusunda hemfikirli.

Bavyera eyaletinin ekonomi, medya, enerji ve teknoloji den sorumlu bakanı Ilse Aigner de konferans katılımcıları arasındaydı ve sektör yöneticileriyle yakın diyalog halindeydi. Kahve molasında kendisiyle tanışma fırsatı buldum. Aigner, Bavyera olarak InsurTech alanında ciddi yatırımları olduğunu ve bölgeyi bir teknoloji merkezine dönüştürmeyi amaçladıklarının altını çizdi. Kısacası, görkemli DIA konferansı, InsurTechin önemine yakışır biçimde gerçekleştirildi. Katılımcı teknoloji şirketlerinin genç temsilcilerini can kulağıyla dinleyen sigortacıların hali, sektörün yakın dönemde nasıl



dönüşeceğini bizlere gösterir gibiydi.

DIA; Roger Peverelli, Reggy de Feniks ve Conny Dorrestijn tarafından kurulan inisiyatif. Merkezleri Barselonada ama kendilerini Avrupa'nın birçok şehrinde yürüttükleri projelerde danışman olarak da görmemiz mümkün. Münih'in DIA için doğru şehirlerden biri olduğunu belirten Roger, InsurTech alanında bu şehrin önemini artırmak için çalışan InsurTech Hub Munich organizasyonu da yakın ilişki içerisinde. Evet, InsurTech büyük bir hızla yoluna devam ederken Akıllı Yaşam olarak, konuya özel bir sayfa hazırlamanın uygun olacağını düşündük. Önümüzdeki sayılar için de InsurTech'le ilgili birçok konferansı sizin için takip edecek ve dünyada sigortacılığı değiştirmek üzere yola çıkan önemli fikir önderleriyle röportajlar yapıyor olacağız. İlk konuğumuz ise Hollanda'dan Roger Peverelli oldu...

Roger, InsurTech'te en etkili 50 ismin sıralandığı listeye her yıl girmeyi başaran, Avrupa'da birçok sigorta şirketi ve kamu kurumuyla çalışan, InsurTech'in

geleceğine yürekten inanmış bir sigorta profesyoneli. Yürüttüğü danışmanlık projelerinin yanı sıra organize ettiği DIA konferanslarıyla da sigorta sektörü ile InsurTech alanında çalışan eski-yeni bütün yatırımları bir araya getirmeyi başarıyor. İşte Roger'la yaptığımız uzun ve keyifli sohbetin en önemli bölümleri...

Sevgili Roger, InsurTech üzerine çalışmalarını yakından takip ediyoruz. Sence bu teknolojik hamlenin sigorta sektörünü şekillendirmesinin ardındaki etkenler neler?

Sigorta sektörü uzun sayılabilecek bir zamandır düşük faiz gelirleri, artan regülasyonlar, değişen müşteri davranışları, yeni pazar dinamikleri ve teknolojik gelişmeler gibi önemli değişimlerin baskısı altında. Bu baskılardan biri olan dijitalizasyonu düşünelim. Katlanarak artan bir akıllı telefon, tablet, sensör, birbirine bağlı ve giyilebilir cihaz, sosyal iletişim ağları ve işlemci kullanımından bahsediyoruz. Bütün bu gelişmeler birbirini etkiliyor ve ortaya harika bir dijital fırtına çıkıyor! Ancak

belirtmeliyim ki şimdiye kadar gördüklerimiz göreceklelimizin çok çok ufak bir kısmı. Bu alanda teknoloji bize sadece hizmet etmiyor. Bizi ayrıca değiştiriyor da. Müşteri davranışları, alışkanlıkları ve kullandıkları cihazlar artık kuşaklar arası değil, yıllar hatta aylar arası değişiyor. Müşterilerde değişen en önemli özellik ise bir hizmet veya servisten yararlanmak isteyen tüketicinin artık bu hizmet veya servise tek başına sahip olma zorunluluğundan kurtulması ve bu servisi başkalarıyla paylaşabiliyor olması. Bu değişimin yarattığı “paylaşım ekonomisinin” (sharing economy) ise her şeyden hızlı büyüdüğünü görüyoruz. Hızlı değişim ortamının sigorta sektörünü es geçmesi düşünülemezdi ve biz şu anda bu önemli değişime tanıklık yapıyoruz. Teknolojik gelişmelerle birlikte çok genç şirketlerin sektöre girmesinin ve mevcut şirketlerin tekellerini sarsmasının önündeki engeller bir bir yıkılıyor. InsurTech'te sigortacılığı dönüştüren genç nesil, teknolojinin içinde doğmuş bir nesil ve DNA'ları zaten dijital! Dolayısıyla sigorta şirketlerinin ihtiyaç duyduğu teknolojik değişimin bu yeni nesil aracılığıyla gelmesi doğal. Denenmeyi, daha önce yapılmayanı yapmayı, daha hızlı, daha kolay ve müşteri odaklı bir sistem kurarak sigortacılığı şimdiye kadar kimsenin yapamadığı kadar basitleştirmeyi hedefliyor ve bunu başarıyorlar. Birkaç yıl önce sigorta sektörü üzerine çalışan teknoloji şirketleri sadece bir elin parmakları kadardı. Şimdi ise 1500 civarında şirketten bahsediyoruz ve bu sayıya her gün yenileri ekleniyor!

DIA olarak geliştirdiğimiz veritabanı, bu şirketleri yakından takip etmemizi ve bir anlamda onları iletişim içinde tutmamızı sağlıyor. Sektördeki mevcut oyuncularında da talebinin bu yönde olduğunu görüyoruz. Organizasyonlarımıza yeni nesil teknoloji şirketlerinden büyük talep geliyor. Kendilerine kocaman bir sahnede sadece 10 dakika veriyoruz ve sunumda görsel kullanmak tamamen yasak! Kendilerine tanınan sürede şirketlerini anlatıyor ve geliştirdikleri uygulamanın demosunu sunuyorlar. Sigorta şirketlerinin üst düzey yöneticileri zaten dinleyiciler arasında ve kahve molalarında birbirlerini bulup ihtiyaçlarını ve neler yapabileceklerini konuşuyorlar. Şimdiye kadar bu şekilde 6 kıtada 40 ülkeden gelen 850 üst düzey yöneticiyi ağırladık ve organizasyonlarımıza hızla devam edeceğiz.

Peki sigorta şirketleri bu hızlı değişim karşısında ne yapmalı?

Korkmalılar mı yoksa kendilerini suyun akışına mı bırakmalılar? Bu gelişmeler ışığında, sigorta şirketlerinin yöneticilerinin ajandasında dijital dönüşümün olmaması mümkün değil. Piyasada ismini duyduğunuz bütün sigorta şirketleri, teknolojinin nimetlerinden faydalanıp maliyetlerini azaltabilmek için birbiriyle yarışıyor ve geride kalmanın artık telafisi olmayacak! Teknolojiyle birlikte sigorta şirketleri artık “direkt” kavramını daha çok duyacak; direkt satış, direkt pazarlama, direkt teknik analiz gibi... Kağıtsız ve otomatize edilmiş süreçlerden bahsediyoruz. Bütün bir teknik analiz sürecini, poliçeleri, inceleme dokümanlarını; sonrasında

hepsinin akıllı telefonunuzda olduğunu ve size analiz sonucunu 30 saniyelik bir inceleme sonucunda söyleyen bir yapay zekayla iş yaptığınızı düşünün. Bu anlamda sigorta şirketlerinin müşterisini anlaması; önceki dönemlerin dijitalizasyonu sağlamak ve geleceği inşa etmek için dijital dönüşümünü hayata geçirmesi, açığını kapatabilmek için de ciddi bir vizyon geliştirmesi gerekiyor. Müşterim benden ne bekliyor, teknolojiyi yeni müşteriler edinebilmek için nasıl kullanabilirim, yeni kazanç alanlarımı teknolojiyle nasıl yaratabilirim, müşterim için nasıl ek değer yaratabilirim soruları her adımlarında akıllarında olmalı.

Geleneksel sigortacılık açısından bakarsak, yıllardır iş modellerini pek değiştirmeyen şirketler neler yapmalı?

Bir üst düzey yönetici InsurTech şirketlerle çalışmayı biyolojideki aşı kavramına benzetmişti. Bu aşı sayesinde yapılarını yeni ataklara ve değişimlere uyum sağlayabilir hale getirdiklerini gözlemlediğinden bahsetti. Aslında olan tam olarak da bu. İnovasyon ve değişen piyasa dinamiklerine uyum için, sigortacılığı dönüştürmeyi amaçlayan InsurTech'in nimetlerinden yararlanmalıdır. Karşılarında genç, hızlı ve kolaylıkla şirket bünyelerine uyum sağlayabilen bir yapı söz konusu. Sigortacılıkta inovasyon, kesinlikle müşteriye ne istediğinin sorulması değil. Teknoloji sağlayıcıları, sigorta şirketlerinin bünyelerinde olmayan-olamayan inovasyona sahip. Sigortacılar ise teknoloji şirketlerinin ancak rüyalarında görebilecekleri bir müşteri veritabanına sahip. Dolayısıyla uyum içinde birlikte çalışabilirler.

Peki dönüştürücü veya yıkıcı (disruptive) teknoloji olarak adlandırılan bu uygulamaların hangileri sigorta sektörünü en fazla dönüştürebilir etkiye sahip?

Sigorta sektörünün gündeminde olan ve dönüştürücü veya yıkıcı teknolojiler olarak adlandırılan gelişmeler, operasyonel mükemmellik, azaltılan risk ve düşen maliyetler anlamına geliyor. Veri analizlerini, sosyal medya yoluyla elde edilen veritabanını, yapay zeka kullanımını, daha derinlikli

analizler yapabilen teknik süreçleri, suistimal değerlendirme algoritmalarını ve hasar yönetim süreçlerini düşünelim. Günümüze kadar olan verileri incelediğimizde müşteri başına 40 Euro civarında yıllık tasarruf yapılabiliyor ve bu değer giderek artıyor. Seçtikleri teknoloji ne olursa olsun, sigorta sektörünün göz önünde bulundurması gereken üç temel dinamik olduğunu söyleyebiliriz: Her zaman hayatın bir parçası olmak, çevresel ekosistemler ve yalın olmak... Akıllı telefonlar

sayesinde sigorta şirketleri müşterilerinin hayatlarına dokunabiliyor ve istedikleri zaman bir parçası olabiliyorlar. Teknoloji sayesinde yaratılan çevresel ekosistemlerle müşteriler daha sağlıklı yaşama, daha çok spor etkinliği gibi alanlarda motive edilebiliyor. Yalınlık ile müşterisinin hayatına ve hislerine dokunabilen, onu anlayabilen ve kesinlikle ondan kopmayan bir yapıdan bahsediyoruz. Bu üç dinamiği buldukları her teknoloji kendilerini bir adım ötesine taşıyacaktır.



SİGORTA VE EMEKLİLİKTE OYUNUN KURALLARI DEĞİŞİYOR

Avrupa Sigorta ve Emeklilik Düzenleyici Kurumlar Birliği EIOPA, yedinci olağan kongresini Almanya'nın Frankfurt kentinde yaptı. Kongreye eş zamanlı olarak bir de "Insurance and Pensions Reloaded: A Game Changer" (Sigorta ve Emeklilik Yeniden: Oyun Değişiyor) temalı konferans düzenlendi. EIOPA Başkanı Gabriel Bernardino'nun açılış konuşmasını yaptığı etkinliğin ana maddeleri; düzenleyici kurumun değişen teknolojik yapıya vereceği cevap, sigortalıların haklarının nasıl korunması gerektiği, inovasyon ve tabii olarak dijitalleşen süreçlerdi. Bernardino, değişen teknolojik yüzüyle birlikte sigorta ve emeklilik şirketlerinin artık daha müşteri odaklı olduklarını vurgularken, EIOPA olarak yeniliklerin her zaman bir adım önünde giderek müşteri faydasını en üst düzeyde tutacaklarının altını çizdi.

Konferansa damga vuran diğer bir konu da Avrupa ülkelerinde devam eden düşük faiz ortamı sonrasında iyice krize giren emeklilik fonlarının nasıl yönetilmesi gerektiği idi. PEPP (Avrupa Geneli Bireysel Emeklilik Fonları) olarak adlandırılan fonlar, sigorta şirketlerinin uzun süredir gündeminde.



Birçok sigortacılık grubu, fonların taahhüt ettiği getiri oranlarının sürdürülemez olduğu belirterek portföylerini azaltma yoluna gitmişti. Avrupa ülkelerinin emeklilik dönemlerindeki gelir açıklarını nasıl finanse edecekleri ve mevcut birikimlerini nasıl değerlendirmeleri gerektiği sigorta şirketlerinin yatırım departmanları, bağımsız fon yöneticileri ve EIOPA tarafından uzun zamandır tartışılıyordu. Konunun halen gündemlerinde olduğunu belirten Bernardino, öncelikli

amaçlarının sigortalıların haklarının ve mevcut planlarındaki taahhütlerin azami düzeyde korunması olacağını ifade etti. Ortak bir düzenleyici kurum kültürünün avantajlarına ve bu kültürde olması gereken unsurlara katılımcıların dikkatini çeken Bernardino, EIOPA'nın yaklaşımını beş ana özellikle bağdaştığına işaret etti. Risk bazlı ve orantılı, gelecek odaklı ve önleyici, sorgulayıcı ve şüpheli yaklaşabilen, geniş kapsamlı ve nihayetinde sonuç odaklı bir regülasyon yapısını bütün AB üyesi ülkelerin sigorta ve emeklilik sektörleri düzenleyici kurumlarında aynı yetkinlikte görmek istediklerini belirten Bernardino, bu amaca ulaşabilmek için ihtiyaçları olan yasal temel, gerekli yönetim yapısı, strateji ve iç kaynaklara fazlasıyla sahip olduklarının altını çizdi.



Zeynep Turan Stefan
znptrn@gmail.com

Gazetecilerin haber yaparken temel aldığı 5N1K kuralı, iş dünyasında da kullanılan bir analiz metodu. Çözüm için sorunun iyi anlaşılması gerektiği temel kuralından yola çıkarsak 5N1K analizi, InsurTech gibi karmaşık görünen bir kavramı basitleştirerek anlamamıza giden yolda ilk adımımız olacak...

InsurTech'te 5N1K

InsurTech, 2017 yılında Türkiye sigorta sektörüne hızlı bir giriş yaptı. 2018 yılında daha fazla konuşacağımızı ve konuyla ilgili yürütülen faaliyetlerin sonuçlarını görmeye başlayacağımızı şimdiden söyleyebilirim.

InsurTech, sektörde şirketlerin sıralamalarını değiştirebilecek, bazılarının ticari faaliyetlerini sonlandırmasını sağlayabilecek kadar etkili bir değişim olarak karşımıza çıkacak. Sigortacılar için "köprüden önceki son çıkış" olarak adlandırılan InsurTech'le ilgili bilinmesi gereken temel kavramları, sıklıkla kullandığım bir yöntem olan ve ana çerçeveyi eksiksiz çizdiğini düşündüğüm 5N1K yöntemiyle özetlemek isterim. 5N1K yönteminin bir sonraki aşaması olan ve InsurTech'le ilgili yapacağım bir SWOT analizi ise diğer bir yazının konusu olacak...

5N1K, televizyonda izlediğimiz haber programından çok önce iş dünyasında kullanılan bir analiz metodu. Çözüm için sorunun iyi anlaşılması gerektiği temel kuralından yola çıkarsak, 5N1K analizi InsurTech gibi karmaşık olabilecek bir kavramı basitleştirerek anlamamıza giden

yolda ilk adımımız olacak. 5N1K; ne, neden, nasıl, nerede, ne zaman ve kim sorularının baş harflerinden oluşan bir kısaltma. Ne sorusuyla konunun genel bir adlandırması yapılır, neden ile amaç belirtilir, nasıl ile yöntem ifade edilir, nerede ile mekan ve yer kavramları açığa kavuşturulur, ne zaman ile süre ve süreç detayları belirtilir ve son olarak kim ile ilgili veya sorumlu kişiler ifade edilir.

Yumurta kapıya dayanınca...

5N1K analizimizdeki ilk sorunun cevabı, yazının başlığına da adını veren InsurTech. İngilizce sigorta (insurance) ve teknoloji (technology) kelimelerinin birleştirilmesiyle elde edilen bir kavramlar bütünü. Sigorta ve teknoloji kavramlarını da içine alacak şekilde bir açıklama getirirsek, sigorta şirketlerinin ortaya çıkan teknolojik yeniliklerle birlikte geleneksel ve artık değiştirilmesi konusunda herkesin hemfikir olduğu yapılarını zamanın koşullarına uygun hale getirmeleri yolunda yaptıkları her aktiviteyi kapsayan geniş bir tanım. Bu tanım, ilk sorunun cevabını verecektir. İkinci soru olan neden, InsurTech'in felsefesi hakkında bize bir fikir veriyor. Bu yolda yürüyen sigorta şirketlerinin motivasyonlarını kabaca iki gruba ayırabiliriz: InsurTech'in gerekliliğini ve önemini önceden görerek aksiyon alanlar ve "yumurta kapıya dayandığı" veya diğer sigorta şirketleri bu yola zaten çıktığı için aksiyon alanlar. Dolayısıyla ilgili sigorta şirketinin özelliğine göre karşımıza iki neden sorusu cevabı çıkacak. Bu iki grubun



önemli farklılıklarını bir kenara bırakırsak, InsurTech'in ortaya çıkmasının nedenleri arasına 2008 yılındaki geniş kapsamlı resesyon yıllarında şirketlerin operasyonel kâr elde etmek zorunda kalmaları, yatırım gelirlerinin ciddi düşüş sergilemesi, dünya genelinde yatırımcıların risk iştahlarının ciddi şekilde düşmesi gibi iktisadi etkenler de sayılabilir.

Ekip mi oluşturmalı, start-up mı satın almalı?

Üçüncü sorunun cevabı, aslında binlerce cevabı olan ve bu yoldaki kişilere/şirketlere başarıyı getirecek olan kilit cevap. Sigorta ve reasürans şirketlerinin bu yakıcı ama aynı zamanda yaratıcı dönüşümü nasıl başaracakları, günlük dildeki tanımlamalarımızla "dananın kuyruğunun koptuğu nokta". Sigorta ve reasürans devlerinin kendi bünyelerinde oluşturduğu inovasyon ekiplerinden InsurTech alanında faaliyet gösteren bebek şirketleri (start-up'lar) bünyelerine katmalarına, ortaya çıkan teknolojileri taklit etme amacına dönük bekle-gör politikalarından InsurTech yaygınlaşmadan önce şirketi başka bir sigorta/reasürans grubu ile birleştirmeye kadar birçok faaliyet neden sorusunun cevabı. Bu farklı yaklaşımların hangisi veya hangilerinin doğru olduğunu sular durulunca, ayakta kalan şirketlerin hangileri olduğuna bakarak anlayabileceğiz. Her yöntemin kendine göre kolay yönetilebilir tarafları veya zorlukları mevcut. Kendi inovasyon ekibini kurmak maliyetli ve uzun/orta vadede sonuç verebilen bir eylemken, bebek şirketleri almak iki şirketin uyum problemlerinin ortaya çıkması, bu alandaki bilgi kirliliği



ve fayda-maliyet analizlerinin doğru yapılamama olasılığı gibi olumsuzluklara sahip.

Birçok köşe taşı çoktan kapılmış durumda

Dördüncü sorunun cevabı, aslında en basit olanı: Hemen! Önceki yıllarda dutluk (bu tanımlama için Fatih Bey'e teşekkür ederim) olan InsurTech alanında halen boşluklar ve fırsatlar mevcut. Ancak hızla azalıyor ve birçok köşe taşı çoktan kapılmış durumda. İktisat biliminin temel kanunu gereği InsurTech'e talep, alandaki bütün maliyetleri artırarak katlanıyor. Aktif olarak bu dönüşümün içerisinde olmayan ve geleceğini chief digital officer'ının (CDO - dijital dönüşümden sorumlu yönetici) ellerine bırakmamış şirketleri ise zor günler bekliyor.

Dünyanın en büyük 10 sigorta-reasürans şirketi listesinde ciddi değişimlerden, satın almalarından veya iflaslardan bahsediyoruz. Ki çok geniş bir kesimin olumsuz etkilenebileceği değişimler bunlar...

Beşinci ve son soru olan kim ise sigorta ve reasürans sektörleri gibi zaten geniş bir ekosistemde faaliyet gösteren bütün tüzel veya gerçek kişileri kapsıyor. Milyar dolarlık büyüklüğe ve yüzyıllar süren bir tarihçeye sahip olan şirketler ile haftalar önce bir kafede kurulmuş bir oluşumu bile bir araya getirebilecek büyük bir ekosistem. Sigorta ve reasürans şirketlerinde yer alan bütün süreçler ve bu süreçlerle ilgili yeni bir söz söyleyebilecek herkes bu ekosistemin bir parçası ve bizim son sorumlunun da cevabı olacak.



InsurTech şirketi Quantemplate Lundgren ile güç kazandı

Sigorta ve reasürans sektöründe analitik yaklaşımı ve veri transformasyonunu yaygınlaştırmak amacıyla kurulan Quantemplate'in başına, sektörün yakından tanıdığı David Lundgren geçti. InsurTech alanında yeni projeler geliştirmek ve mevcut projelerini hızlandırmak amacıyla Columbia Lake Partners yatırım şirketinden 2.5 milyon sterlin değerinde yeni bir yatırım alan şirket, cirosunu 2016 yılı verilerine göre yüzde 500 artırmıştı. InsurTech alanında yatırımlarıyla öne çıkan Route 66 Ventures, Anthemis, TransAmerica Ventures ve Allianz, Quantemplate'in diğer yatırımcıları arasında. Şimdiye kadar 10 milyon sterlin tutarında yatırım alan şirket, çok değil 5 yıl önce kuruldu.



Quantemplate'e katılmasını değerlendiren Lundgren, İngiltere, ABD ve Avrupa piyasalarında faaliyet gösteren şirketinin "öğrenen makineler" (machine learning) teknolojisiyle müşterilerinin ürün yelpazesini genişlettiğini, süreçlerde



etkin maliyet kontrolü sağladığını, böylece pazardaki stratejik konumunu güçlendirmeye başladığını vurguluyor. Geleneksel yöntemlerin ve dış kaynak kullanımının çoğu yönetimsel sıkıntılar için uygun çözüm yolları sunmadığının altını çizen Lundgren, analitik düşünme becerisinin şirketlere pazar fırsatlarını yakalama, teknik kârlılık sağlama, hasar ve suistimal süreçlerini etkin şekilde yönetebilme gibi önemli avantajlar sağlayacağını sözlerine ekliyor.

PZU, sağırılar için geliştirdiği ürünüyle en inovatif şirket seçildi

Avrupa İnovasyon Organizasyonu EFMA, sigortacılık alanında "ayın inovatif şirketi" ödülünü PZU'ye verdi. PZU, ödülü sağır veya duyma problemi olan müşterileri için geliştirdiği ürünüyle aldı. PZU, geliştirdiği ürünle hedef kitlelerini daha bağımsız ve daha güvenli iletişim imkanına kavuşturmayı amaçlıyor. PZU tarafından geliştirilen servisi kullanan sağır veya duyma problemi yaşayan kişiler, akıllı telefonları ve diğer internet bağlantılı cihazları üzerinden gerçek zamanlı iletişim kurabiliyor, acil durumlarda ihtiyaç duydukları desteği güvenilir kaynaklardan alabiliyor. Müşterilerden çok güzel ve hayli dokunaklı geri bildirimler aldıklarını belirten PZU yetkilileri, daha önce annesinin yardım ve yönlendirmesi olmadan adım dahi atamamış 40 yaşlarındaki bir müşterinin iş toplantılarını tek başına yapabilmesiyle



yaşadığı mutluluğun değer biçilemez olduğunu ifade ettiler. 130 ülkeden 3 bin 300 şirketin üye olduğu EFMA, bankacılık ve sigortacılık sektörlerinden pek

çok yöneticiyi pazarlama, finansal servislerin dağılımı ve inovasyon alanlarında buluşturan bir platform. EFMA ödülleri, geniş bir değerlendirici grubun katılımıyla belirleniyor.

VIG, Çek Cumhuriyeti'ndeki üç şirketini birleştirdi

Vienna Insurance Group (VIG), bünyesinde yer alan üç Çek şirketini birleştirme kararı aldı. Düzenleyici kurum onayını bekleyen işlemin ardından VIG, operasyonel verimlilik ve ciddi bir maliyet avantajı sağlamayı umuyor. Birleşme sayesinde bankasürans faaliyetlerinden prim artışı hedefleyen VIG CEO'su Elisabeth Stadler, özellikle elementer branştaki ürün gamında ciddi bir çeşitlilik sağladıklarının, hedef pazarlar olan CEE (Merkez ve Doğu Avrupa Bölgesi) bölgesinde liderlik hedefine bir adım daha



yaklaştıklarının altını çiziyor. Çek Cumhuriyeti'ndeki sektör liderliğini koruyan VIG, yüzde 32.3

pazar payına sahip. Şirket, Kasım 2017 sonu itibarıyla bu ülkede 1.4 milyar Euro'ya yaklaşan prim üretimine ulaştı.

Qatar Re'ye ödül

Qatar Sigorta bünyesinde reasürans faaliyetleri yürüten Qatar Re, gerçekleştirdiği İslami tahvil ihracatıyla ödüle layık görüldü. Ortadoğu Tahvil, Kredi ve Sukuk Ödülleri (Bonds, Loans & Sukuk Middle East Awards) olarak adlandırılan ve her yıl düzenlenen yarışma son olarak Dubai'de yapıldı. Uluslararası bir komisyon tarafından değerlendirilen adaylar, finans piyasasında faaliyet gösteren uluslararası yatırımcılardan oluşan bir jüri tarafından seçildi. 1964 yılında kurulan Qatar Sigorta, Katar merkez olmak üzere GCC (The Gulf Cooperation Council - Bahreyn, Kuveyt, Katar, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Umman'dan oluşan ülke grubu) ve MENA (Ortadoğu ve Kuzey Afrika) bölgelerinde faaliyet gösteriyor. Qatar Group CEO'su Khalifa Abdulla Turki Al-Subaey, sektörlerinde liderliği hedeflediklerini vurguluyor, 3.5 milyar dolarlık toplam varlığıyla bölgede yer almak isteyen birçok yatırımcının ilgisini çeken Qatar Group, uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu S&P'den A reytin değere sahip.



Thomas yangını etkilerini sürdürüyor

Uzmanlar, Güney Kaliforniya bölgesinde çıkan Thomas yangınının, modern zamanlardaki yangınların en yıkıcısı olduğu konusunda hemfikir. Yangın sırasında 794 yapının yıkıldığı, 187 yapının hasar gördüğü, 18

bin yapının da çıkan duman ve kargaşadan etkilendiği rapor edildi. 234 hektarlık alanı etkileyen yangının, bugüne kadar Kaliforniya'da yaşanan beşinci büyük yangın olduğu açıklandı. Yangın sonrası hasar taleplerini

almaya ve tazmin çalışmalarına devam eden sigortacılar, 2017 yılında yaşanan kasırgalardan ve yönetilemez hale gelen hasar maliyetlerinden sonra Thomas yangınının finansal verileri daha da kötüleştirdiğine dikkat çekiyor.



Zurich, Avustralya'da hayat şirketi satın aldı



İsviçre merkezli sigorta şirketi Zurich Group, Avustralya'da hayat branşında faaliyet gösteren ANZ'nin tamamını 2.85 milyar Avustralya Doları'na (yaklaşık 2.14 milyar ABD Doları) aldığını duyurdu. Satış işleminin resmi olarak tamamlanması için gerekli belgeleri Avustralya sigorta sektörü düzenleyici kurumuna ileten Zurich Group, 2018 yılının sonuna doğru işlemlerin tamamen sonlandırılmasını umuyor. Zurich Group CEO'su Mario Greco, ANZ'nin verimli portföyünden ve geniş ürün ağından övgüyle bahsediyor ve bankasürans kanalındaki güçlenmeyle birlikte Asya-

Pasifik bölgesi büyüme hedeflerine bir adım daha yaklaştıklarını vurguluyor. ANZ'nin satın alınmasıyla birlikte, yine Avustralya'da faaliyet gösteren ANZ Bank ile 20 yıllık bankasürans dağıtım sözleşmesine de imza attıklarını açıklayan Greco, bu sayede 6 milyon ANZ Bank müşterisine ulaşacaklarına, 680'den fazla ANZ Bank şubesinde, 2 bin 300 ATM'de ve dijital dağıtım kanallarında da aktif olacaklarına dikkat çekiyor. Avustralya hayat sigortaları branşında yüzde 19 paya sahip olan Zurich Group, bu sektörün en büyük şirketi olma özelliğini taşıyor.

Macaristan'da araçların sadece % 1.8'i sigortasız

Macaristan Sigortacılar Birliği MABISZ tarafından açıklanan verilere göre, bu ülkede trafikte yer alan araçların sadece yüzde 1.8'i zorunlu trafik sigortasına sahip değil. Macaristan'da geçerli zorunlu trafik sigortasını düzenleyen sigortacılık kanuna göre sigorta yaptırmayan araç sürücülerine 2018 yılında uygulanacak cezalar da belli oldu. Sürücüler, bireysel taşıtları için sigortasız kaldıkları her gün 1.1 Euro'dan 2.4 Euro'ya; otobüsler içinse 1.5 Euro'dan 7.4 Euro'ya uzanan ceza bedelleri ödeyecek.

Trafikte 4.7 milyon aracın bulunduğu Macaristan'da prim bedellerinin çok üstünde belirlenen cezalar, istisnasız bütün sürücülere uygulanıyor. Uzun süredir trafikte çıkmayan veya sadece garajda bekleyen araçlar için de yaptırılması zorunlu kılınan sigorta,



Avrupa Birliği ülkelerindeki en yüksek penetrasyon oranlarından birine ulaşılmasında en önemli etken. Diğer ülkelerin zorunlu trafik sigortası (MTPL) penetrasyon oranlarına bakıldığında ise İrlanda yüzde 5,

Hırvatistan yüzde 6, Ukrayna yüzde 33 sigortasızlık oranına sahip. Avrupa Birliği üyesi Estonya yüzde 1.4 oranında zorunlu sigortaya sahip olmayan araca sahipken, Danimarka ve Finlandiya'da bu oran yüzde 1'in bile altında.

Allianz, Euler Hermes'te kalan son hisseleri de alıyor

Alman sigorta devi Allianz, alacak sigortası alanında uzman, Paris merkezli Euler Hermes bünyesinde kalan payların yönetimini almak için yatırımcılara hisse başına 122 Euro önerdi. Bu öneriyle birlikte Allianz, Euler Hermes'in yüzde 11.3'lük



EULER HERMES
Our knowledge serving your success

hissesine denk gelen payı satın almak için hissedarlarla anlaşmaya vardı. Allianz tarafından yapılan açıklamada, Euler Hermes'in küçük yatırımcılarda

bulunan hisselerinin toplanması ve yönetimin pekiştirilmesi sürecinin devam ettiği, Euler Hermes Yönetim Kurulu ve üst yönetim kadrosunun çok başarılı bulunduğu ve operasyonlarının eskisi gibi sürdürüleceği belirtildi.

ERGO, Almanya'daki hayat portföyünü satmayacak

Alman sigortacı ERGO, piyasada hayat portföyünü sattığına dair yapılan dedikodulara son noktayı koydu. ERGO Yönetim Kurulu tarafından alınan kararla, geleneksel hayat branşında sahip olunan portföyün satış sürecinde alınan tekliflerin ERGO yönetimi tarafından detaylıca incelendiği, ancak tekliflerin portföyün gerçek değerini yansıtmadığı belirtildi. ERGO Group AG Yönetim Kurulu Başkanı Markus Riess, hayat portföyleriyle ilgili aldıkları teklifleri düşük bulduklarını, bu yüzden satışı şimdilik erteleterek poliçeleri yönetmeye devam edeceklerini açıkladı.

Markus Riess



Mapfre, yeniden yapılanmada sınır tanımıyor

Mapfre Grubu, İberya bölgesi dışındaki bütün Avrupa, Ortadoğu ve Afrika bölgeleri operasyonlarını yeniden yapılandırarak "EURASIA" adı altında topladı. Şu anda EMEA (Avrupa, Ortadoğu ve Afrika) bölgesi yöneticisi olan Nikos Antimissaris da EURASIA bölgesine CEO olarak atanacak. Halen APAC (Asya-Pasifik) bölgesi yöneticisi olan Leire Jimenez Ayesa ise İngiltere'de faaliyet gösteren Abraxas ve Insureandgo şirketlerini yöneticisi olarak görevlendirilecek. Abraxas, İngiltere'de asistans hizmetleri verirken, Insureandgo da online olarak Mapfre seyahat sigortası satıyor. Mapfre ayrıca, bünyesinde faaliyet gösteren LATAM (Latin Amerika) bölgesinin altında Panama, Honduras, El Salvador, Guatemala, Kosta Rika ve Nikaragua ülkelerini kapsayan Central America (Merkez Amerika) ve Dominik Cumhuriyeti bölgesini kurdu. Yeni bölge Panama merkezli faaliyet gösterecek. Mapfre, ABD'de yürüttüğü



operasyonlarını da yeniden yapılandırdı. Bu ülkede sadece belli eyaletlerde (Massachusetts, Connecticut, Rhode Island, New Hampshire, Maine, Vermont, Ohio, California, Oregon, Washington, Idaho) faaliyetlerini devam ettirecek olan Mapfre, beş eyalette (New York, New

Jersey, Kentucky, Tennessee, Indiana) ise faaliyetlerini büyütme kararı aldı. Mapfre Uluslararası Pazarlar Bölümü Başkanı Jaime Tamayo, grubun strateji ve kârlılık planlarını temel olarak oluşturulan yeni yapılanmanın verimlilik ve kârlılığı artıracığına inancını ifade etti.

AXA'nın yönetim yapısı sadeleştiriliyor

Fransız sigorta devi AXA da sektördeki furyaya uyarak yönetim yapısını sadeleştirdi. Operasyon alanlarını beş temel bölgeye ayıran AXA, bu bölgelerin raporladıkları birimleri ise genel merkezde topladı. AXA Yönetim Kurulu tarafından oluşturulan beş temel bölge Fransa, Avrupa, Amerika, Asya ve Uluslararası olarak adlandırıldı. Bütün bölgelerin yüzünü genel merkeze çevirdiği yeniden yapılanma sırasında birimler "merkez ofis", "uluslararası iş kolları" ve "bölgeler" olmak üzere üçe indirildi. AXA bünyesinde faaliyet gösteren iştiraklerse yatırım faaliyetlerini



yürüten AXA Investment Managers ve kurumsal sigortacılık çözümleri sunan AXA Corporate Solutions olarak

beş bölgede konumlandırıldı. İki iştirakin CEO'su da direkt AXA Group CEO'suna raporlayacak. AXA Group CEO'su Thomas



Buberle raporlama yapacak yönetim kademesinde de değişikliğe gidildi. Dört yeni üyenin yönetim komitesine girdiği değişim sonrası Alban de Mailly Nesle riskten sorumlu yönetim kurulu üyesi, Anmito Perretta Avrupa Bölgesi CEO'su, Astrid Stage operasyonlardan sorumlu genel müdür yardımcısı, Gordon Watson da Asya Bölgesi CEO'su olarak atandı.



VERUSA
H O L D İ N G



GÜCÜMÜZ FARKIMIZDIR

Verusa Holding, enerji, petrokimya, demir-çelik, telekomünikasyon, finans ve teknoloji gibi yükselen sektörlerde yatırımlarına devam ediyor. İştiraklerinin değerlerine değer güçlerine güç katıyor...

Eski Büyükdere Caddesi Ayazağa Yolu İz Plaza Giz
No: 9 Kat: 14 D: 51 34398 Maslak - İstanbul - TÜRKİYE
Tel: +90 212 290 74 90 Fax: +90 212 290 74 91 e-posta: info@verusa.com.tr

www.verusa.com.tr

“EN KOLAY MUHASEBE, TEK TIKLA VERGİ BEYANI”

YTÜ Davutpaşa Teknoloji Geliştirme Bölgesi’nde Türk mühendisler tarafından geliştirilen Ekohesap sayesinde işletmeler, ürün ve para hareketlerini anlık olarak tek bir ekrandan takip edebiliyor. Program; vergi, SGK ve asgari geçim indirimi başta olmak üzere tüm hesaplamaları otomatik yapıyor...

Türk girişimcilerin geliştirdiği yeni yazılım, tek tuşla şirketin mali fotoğrafını çekiyor, karmaşık muhasebe sistemleri ve angaryalardan kurtarıyor. Yıldız Teknik Üniversitesi Davutpaşa Teknoloji Geliştirme Bölgesi’nde geliştirilen yeni projeyi Mehmet Akif Baykal ve ekibi yönetiyor. Girişimci gençler, sloganlarını ise “En kolay muhasebe, tek tıkla vergi beyanı” olarak belirledi. Aslında inşaat mühendisi olan Mehmet Akif Baykal, bu proje için ilhamı, işletme yüksek lisansı için gittiği Kansas Üniversitesi’nde karşılaştığı bir sorundan almış. Baykal o süreci, “ABD’de geliri olan herkes vergi mükellefidir ve beyanname vermek zorundadır. Öğrenciyken aldığım burs ve gelirlerimi beyan etmek için gittiğim vergi uzmanı benden 350 dolar istedi. Bir beyan için ödenecek tutar yüksek gelince bu işlemlerin kişiler tarafından online olarak da yapılabildiğini öğrendim. Hiçbir ücret ödmeden beyanımı yaptım” sözleriyle anlatıyor.



Mehmet Akif Baykal

En büyük müşteri kitlesi avukatlar

Türkiye’de elektronik sisteme geçildikten sonra vergi beyanlarının sadece mali müşavirler tarafından yapılabildiğini hatırlatan Baykal, bu aşamada mükelleflere sisteme giriş şifresi verilmediğini belirtiyor. Mali müşavirler dışında sadece avukatların kendi beyanlarını yapabildiğini ifade eden Mehmet Akif Baykal, “Şu an en önemli müşteri kitlemiz avukatlar. Çok sayıda avukat bu sistemi kullanıyor ve hepsi de çok memnun” diyor. Baykal ve ekibi, 3 yıldır avukatlara hizmet verirken mikro

işletmelerden gelen talepler üzerine www.ekoheasap.com’u geliştirmiş. Mikro işletmeler ya mevcut uygulamaların karışık ve kullanımı zor olduğunu ya da kısıtlı özelliklere sahip olduklarını belirtmiş. Ekip de bu talepler doğrultusunda hem kolay kullanımlı hem de birçok özelliği barındıran bir web uygulaması için yola çıkmış.

Her şey dijital ortamda yapılacak

Malum, Türkiye’de elektronik vergi sistemine geçildikten sonra e-fatura dönemi başladı. Artık her şey dijital ortamda yapılacak. Yeni dönemde basit, sade ve kullanışlı

sistemlere ihtiyaç var. Baykal, “Biz de geliştirdiğimiz sistemle karışık mali süreçleri sadeleştiriyoruz. Sıfır bilgiyle çalışanların bordrosu oluşturuluyor. Sadece rakamların girilmesi yeterli; program, vergi, SGK ve AGİ (asgari geçim indirimi) başta olmak üzere tüm hesaplamaları otomatik yapıyor” diyor.

Herkesin anlayacağı dilden Ekohesap

Mehmet Akif Baykal ve ekibi, aslında “Uzman Vergi” projesini bir adım yukarıya taşıyarak Ekohesap uygulamasını geliştirmiş, Baykal, bu projeyi geliştirirken herkesin bildiği terimleri kullandıklarını söylüyor. Ekohesap üzerinden personel avans ödemesi, fatura iadesi, anlık olarak muhtasar, stopaj ve KDV gibi en ince ayrıntılar tek ekranda takip edilebiliyor. Ekohesap ile eksik fatura kesilip kesilmediğini, geciken tahsilatların olup olmadığını, fazla ödeme yapıp yapılmadığını ve en güncel vergi mevzuatına göre vergi borcunu kolayca takip etmek mümkün. Baykal, bu yeni uygulamayla ön muhasebenin zorluğunu ve angaryasını ortadan kaldırdıklarını vurguluyor.

Nakit ihtiyacını bile gösterecek

Ekohesap uygulaması üzerinden fatura bilgileri girildiği an hangi



vergi için ne kadar ödeme yapılacak, hangi müşteri kâr ettiriyor, hangisi para kaybettiriyor ve net kârlılığınızı anlık olarak

görebiliyorsunuz. Sürekli muhasebe servisinden rapor ve belge istemeye gerek kalmıyor. İşletmenin tüm faaliyetleri, çalışanların maliyetleri ve vergi ödemeleri tek bir ekrandan takip edilebiliyor. Ayrıca gelecekte nakit ihtiyacının olup olmadığını da program sayesinde görmek mümkün.



ŞİRKETİN TÜM FAALİYETLERİ TEK EKRANDA GÖRÜLEBİLİYOR

Mehmet Akif Baykal, anlık takip edilecek bilgiler sayesinde şirket yöneticilerinin daha doğru kararlar vereceğinin altını çiziyor. Baykal, “Özellikle mikro işletmeleri hedefliyoruz. Aylık ücretlerimiz çok düşük. Ve avantajlı fırsatlar sunuyoruz. Şirketler bu programı ön muhasebe için kullanacak. Bütün verilerinizi aynı ortamda çok kolay görebileceksiniz. Farklı farklı uygulamalara gerek kalmayacak. Personel başta olmak üzere tüm gelir giderler, faturalar, tahsilatlar, ödemeler, bankalar dahil şirketin tüm faaliyetlerini tek bir ekranda gö-

rebileceksiniz. İkincisi kolay bir uygulama, herkes bu programı kullanabilecek” diyor. İhtiyaç halinde Ekohesap’a e-arşiv fatura sistemi de entegre edilebiliyor. Ofise gitmeye gerek kalmadan fatura kesilebileceğini belirten Baykal, sözlerini şöyle sürdürüyor: “Tüm işletmelerin düşük maliyetle sahip olacağı program sayesinde şirketin tüm faaliyetleri anlık olarak takip edilebilecek. Bilanço kontrol altında olacak. Şirketin mali fotoğrafı tek bir tuşla çekilecek. Bütün bunlara ek olarak ücretsiz teknik destek hizmeti de sunuyoruz.”

Yüksek tasarruf, yüksek devlet katkısı, zengin vatandaşlar



Sinan Metin

BES Uzmanı ve Eğitim Danışmanı

Hane halkı finansal varlıkları içinde emeklilik yatırım fonlarının payı 2016 yılında yüzde 5.9'ken, Eylül 2017 sonu itibarıyla bu oran yüzde 6.3 seviyesinde oluştu. BES'te tasarruf etmeyi sevdik. Bireysel emeklilik konusunda tasarruf alışkanlığımız artıyor ve özellikle devlet katkısıyla birikimlerimiz oldukça kazançlı bir hal alıyor...

2013 yılında bireysel emeklilikte devlet katkısı uygulaması başladı. Yüzde 25 olarak belirlenen bu oran OECD ülkeleri içinde en yüksek teşvik olarak anlatıldı. “Eşi benzeri yok” dendi. Katılımcılar bu teşviki çok sevdi. Bireysel emeklilikteki tasarruflarını artırdılar. Sınırlar dahilinde ödedikleri katkı payları için de yüzde 25 devlet katkısı aldılar. Devlet katkısı sürdürülebilir mi, oranı düşer mi, devlet ödeme yapar mı, devlet katkısının getirisi olur mu, sadece faizli devlet katkısı fonları mı var soruları teker teker yanıt buldu. Veriler devlet katkısı teşvikinin bireysel emeklilik sistemini olumlu etkilediğini ve katılımcıları daha fazla tasarruf yapmaya motive ettiğini gösteriyor. Peki 2017, sonuçlara baktığımızda devlet katkısı açısından beklendiği gibi bir yıl oldu mu? Sektör “2017 yılı sonunda devlet katkısı fon tutarı 9 milyar 538 milyon TL olur” demiş. 8 Aralık 2017 tarihi itibarıyla devlet katkısı fon büyüklüğü 9 milyar 751 milyon TL olarak gerçekleşmiş. Burada pozitif bir sapma oluşmuş. Aralık sonu daha fazla devlet katkısı fon büyüklüğü oluşacak. Merkezi yönetim bütçe giderleri verilerine göre, 2016 yılında katılımcıların hesabına ödenen devlet katkısı tutarı 2 milyar 937 milyon TL. 2017 yılında bunun yüzde 31.1 artacağı hesaplanmış ve 2017 bütçesinde 3 milyar 849 milyon TL tutar belirlenmiş. Kasım 2017 sonuna göre katılımcı hesaplarına yatırılan devlet katkısı tutarı 2 milyar 982 milyon TL olarak gerçekleşmiş. Aralık ayında, takvim yılının son ayı olması sebebiyle, devlet katkısı ödemesinin yaklaşık 300 milyon TL

olarak gerçekleşeceğini düşünürsek (2017 yılında en yüksek tutarda ödeme 290 milyon TL ile ocak ayında yapılmış), 2017 yılı için ödenmiş toplam devlet katkısı tutarı 3 milyar 282 milyon TL civarında olacak. Bütçede hesaplanan rakamdan 560 milyon TL daha az(!?).

Bu açık neden kaynaklanmış olabilir?

• Sistemden ayrılma oranları yüksek gerçekleşmiştir.

• Ödemeye ara verilen sözleşme sayısı artmıştır.

• Sisteme beklenenden daha az sayıda katılımcı girmiştir.

• Katılımcılar bireysel emeklilikte tasarruf ettikleri tutarı azaltmışlar ya da ek ödeme yapacak tasarrufa sahip değiller.

• Otomatik katılım nedeniyle sisteme girişler azalmıştır.

• Otomatik katılımı tasarruf edilmiştir...

Hane halkı finansal varlıkları içinde emeklilik yatırım fonlarının payı 2016 yılında yüzde 5.9'ken, Eylül 2017 sonu itibarıyla bu oran yüzde 6.3 seviyesinde oluştu. BES'te tasarruf etmeyi sevdik. Bireysel emeklilik konusunda tasarruf alışkanlığımız artıyor ve özellikle devlet katkısıyla birikimlerimiz oldukça kazançlı bir hal alıyor. Devlet katkısından daha fazla faydalanan olmak için daha fazla tasarruf etmeliyiz. Tasarruflar bizi daha güçlü kılacaktır. Küçük birikimlerin büyümesi ve daha fazla çoğalması bireysel emeklilikte kolay ve disiplinli şekilde yapılabilir. 2018, en yüksek tutarda devlet katkısı alabilmek ve daha fazla tasarruf edebilmek için plan yaptığımız ve aksiyon aldığımız bir yıl olsun.

Sompo Japan'dan
TAMAMLAYICI SAĞLIK SİGORTASI

İşte şimdi ++ tamam!

Sompo Japan Tamamlayıcı Sağlık Sigortası ile
anlaşmalı özel hastanelerde fark ödemeyin, sıra beklemeyin.



SOMPO JAPAN SİGORTA

7/24

0 850 250 81 81

sompोजapan.com.tr

GELECEĞİN MESLEĞİ SİGORTACILIK

Sigortacılık bünyesinde geleceğin mesleği olarak gösterilen birçok dal olduğunu vurgulayan Türk Nippon Sigorta Genel Müdürü Dr. E. Baturalp Pamukçu, “70 binden fazla kişiye istihdam sağlayan sektörde kariyer fırsatları da hızla artıyor” diyor...

Sigorta sektöründeki büyüme ve gelişme imesi, sigortacılığın her zaman gözde bir meslek olmasını sağlıyor. Sigorta sektöründe yer alan birçok meslek grubu, geleceğin meslekleri arasında gösteriliyor. 2016 yılı istihdam verileri incelendiğinde, sigorta sektöründeki istihdamın yüzde 28’ini şirket çalışanları ve doğrudan satış personelleri oluşturuyor. Kalan yüzde 72’lik bölümse eksper, broker ve acente teknik personellerinden oluşuyor. Türk Nippon Sigorta Genel Müdürü Dr. E. Baturalp Pamukçu, Türk sigorta sektörünün rekabet gücünün artırılmasında nitelikli istihdam faktörünün büyük önem taşıdığını vurguluyor. Pamukçu, “Sistem büyüdükçe ve genişledikçe hem sigorta şirketlerinin sayısı hem de bu artışa paralel olarak mevcut sigorta şirketlerinin eleman sayısı artıyor. Sigorta acentelerinin, broker ve eksperlerinin uzman eleman sayısı da bununla doğru orantılı olarak yükseliyor” diyor.

Pamukçu, sektörde çalışacak personelin yeterli mesleki eğitime sahip olmasının önemine de şu sözlerle dikkat çekiyor: “Çalışanların eğitimi, şirketlerde çalışmaya başladıkları süre itibarıyla, çalıştıkları şirkete daha kısa zamanda adapte olmaları ve kısa/uzun sürede yakalayacakları başarılar anlamında önem teşkil ediyor. Tüm bunlar göz önüne alındığında, sigortacılık konusunda lisans ve ön lisans düzeyinde verilen

eğitimlerin yüzeysel olmaması gerekiyor. Sigortacılık konusunda yeterli bilgi ve birikime sahip olmanın yanı sıra eğitim veren kurumların zorunlu staj uygulamalarıyla, mezunların uygulamayı eksiksiz şekilde öğrenmeleri konusunda gerekli teşvik sistemlerinin oluşturulması sağlanmalı.” Pamukçu, eğitim niteliğinin iyileştirilmesinin ve zorunlu staj uygulamalarının hayata geçirilmesinin, sektördeki istihdam süreci üzerinde olumlu katkılar sağlayacağını sözlerine ekliyor.



Dr. E. Baturalp Pamukçu

TÜRK NİPPON SİGORTA ACENTELERİ PRAG'DAYDI



Türk Nippon Sigorta, 19-22 Kasım tarihleri arasında acentelerini Çek Cumhuriyeti’nin başkenti Prag’a götürdü. Genel Müdür Dr. E. Baturalp Pamukçu, Genel Müdür Yardımcısı Cem Ekiz, Satış & Pazarlama Grup Müdürü Yasemin Özel ve Teknik & Hasar Grup Müdürü Murat Dinç’in de katıldığı seyahat, masal şehri Prag’da panoramik bir şehir turuyla başladı.

Acenteler, Prag şehrinin tarihi güzelliklerini keşfettikten sonra Çek topraklarındaki en ünlü Nazi toplama kamplarından

Terezin’i ziyaret ederek, tarihteki en büyük soykırımlardan birinin yarattığı yıkımı gözleriyle görmüş oldu. Ertesi gün ise Krušovice Kraliyet Bira Fabrikası, içinden geçen dar nehri, etrafını kuşatan ormanları, temiz havası, şifalı sıcak su kaynakları ve muhteşem barok köşk ve otelleriyle gerek yerli gerekse yabancı ziyaretçilerin uğrak yeri olan Karlovy Vary kenti gezildi. Tarih kokan Prag şehrinde keyifli anılarla dönen acenteler, bir sonraki seyahatte yine bir araya gelmek için sözleştiler.



**SİZİN
İÇİN!
çalışıyoruz**

- Yol Yardım
- Ev ve İşyeri Yardım
- Konut Hasar Onarım
- İşyeri Hasar Onarım
- Seyahat Yardım
- Sağlık Yardım
- Hukuki ve Mali Danışma Hizmetleri
- Hasar Yönetimi
- Call-Center Hizmetleri
- Butik Hizmetler
- Oto Cam Hizmetleri



Tel: 0212 334 20 00
www.assistline.com.tr

ASSIST LINE

Fibaemeklilik sağlık sigortasına adım attı

Emeklilik şirketlerine sağlık sigortası satma yetkisi verilmesinin ardından sektörde ilk hamle Fibaemeklilik'ten geldi. Aralık 2017 itibarıyla tamamlayıcı sağlık sigortası satışına başlayan Fibaemeklilik, özel sağlık sigortasını da 2018 başında ürün gamına dahil edecek...

Hayat sigortasında her yıl yaklaşık yüzde 200 büyüyün Fibaemeklilik, şimdi de sağlık sigortası alanına girerek tamamlayıcı sağlık sigortası satışına başladı. Emeklilik şirketlerinin de sağlık sigortası satabilmelerine yönelik mevzuat değişikliğinin ardından hazırlıklarını tamamlayarak rekabet kurulundan onay alan Fibaemeklilik, 2018 başından itibaren müşterilerine özel sağlık sigortası da sunacak. Fibaemeklilik Genel Müdürü Erol Öztürkoglu, konuyla ilgili şu bilgileri veriyor: "Fibaemeklilik, yenilikçi ürün-hizmet yaklaşımıyla emeklilik sektörüne geçen 5 yılda önemli bir dinamizm getirdi. Şirket satın almaları, alanında lider kurumlarla işbirliği anlaşmaları ve bireysel emeklilikte bir ilk olan 'fon market' uygulamasıyla hem rekabet gücümüzü artırdık hem de müşterilerimize sunduğumuz hizmetin kalitesiyle sektörde çitayı yükseltmenin gururunu yaşadık. Elde ettiğimiz deneyimi bu kez de sağlık sigortası alanına taşıyoruz. Mevzuattaki değişikliklerle emeklilik şirketlerine sunulan sağlık branşında satış ruhsatı alma hakkını,



Erol Öztürkoglu

Fibaemeklilik için çok önemli bir fırsat olarak gördük. Bugüne dek müşterilerimize emekliliğe giden yolda eşlik ettik ve hayat sigortasıyla destek olduk. Artık sağlıklarını da Fiba güvencesi altına alıyoruz, hastalıkta ve sağlıkta yanlarında olma sözü

veriyoruz."

Fiba TamSağlık Sigortası, Allianz işbirliği ve AllClub programı güvencesiyle sunulacak. Fibaemeklilik müşterileri, dünya çapında 70'in üzerinde ülkede varlık gösteren Allianz'ın genel provizyon sistemi AllClub'ın operasyonel desteğiyle hizmet alacak.

FibaTamSağlık Sigortası ne sağlayacak?

Fiba TamSağlık Sigortası poliçesiyle yatarak tedavi, suni uzuv, tıbbi malzeme, evde bakım ve ambulans teminatlarından faydalanmak mümkün. Tüm bu tedavilere ilave olarak ayakta tedavi ve 12 ay bekleme süresi olması kaydıyla doğum teminatları da poliçeye ekletilebiliyor. Fiba TamSağlık Sigortası, özel sağlık sigortalarının pek çok avantajına, uygun fiyat ve ödeme koşullarıyla kavuşmayı sağlıyor.

Türkiye Cumhuriyeti sınırları dahilinde ikamet eden ve SGK kapsamında genel sağlık sigortalısı olan 15 günlük-55 yaş arası kişiler, Fiba TamSağlık Sigortası poliçesine sahip olabiliyor.

FİBAEMEKLİLİK'İN BES PORTFÖYÜ GROUPAMA İLE BÜYÜYOR

Hatırlanacağı gibi Fibaemeklilik, geçen yıl Groupama'nın BES portföyünü devralmak üzere anlaşma imzalamıştı. Anlaşmayla fon büyüklüğünü yaklaşık 1.5 milyar TL'ye yükselten ve acente sayısını iki katın üzerinde büyüten Fibaemeklilik, bireysel emeklilik sistemi (BES) fon büyüklüğünde dört sıra birden yükseliyor.



Hayatta bazı kareler kırmızıdır.

Eviniz ve aileniz **HDI Sağlıklı Konut "+" Poliçesi** ile daima güven altında.

Hayatta bazı kareler vardır ki hiç yaşamamış olmayı dilersiniz. Ama eninde sonunda o kareler gelir sizi bulur. Biz bunlara **"Kırmızı Kareler"** diyoruz ve biz o anlar için varız. Örneğin evinizi ve içinde yaşayan tüm sevdiklerinizi güvence altına almak için HDI Sağlıklı Konut "+" Poliçesi ile daima yanınızdayız. Olabilecek tüm risklere karşı evinizi, eşyalarınızı güvence altına alırken, isterseniz ev halkının acil durumlarda veya kaza sonucu gerekli acil tıbbi masraflarını da karşılıyoruz.

**Hayatınız hep mutluluk kareleriyle dolsun istiyorsanız,
o zaman haydi HDI.**

Yangın / Oto Kaza / Oto Dışı Kaza / Nakliyat / Mühendislik / Tarım Sigortaları

KOLAY HAT
444 8 434
HDI

www.hdisigorta.com.tr **f** **e** /hditurkiye

HDI
Sigorta

KAYAK KEYFİ

Anadolu Sigorta güvencesinde

Anadolu Sigorta'dan yurtdışı seyahat sigortası yaptıranlar, zorunlu tutulan 30 bin Euro'luk sağlık teminatlarının yanı sıra bagajın kaybolmasından tarifeli bagajların zarar görmesi, çalınması veya gecikmesine kadar tatil keyiflerini kaçırabilecek pek çok aksiliğe karşı kendilerini koruyor. İsteyenler, kayak yaralanmalarıyla ilgili giderlerini de polişe kapsamına alabilirler...



Sömestr tatili yaklaşırken seyahat planları da yapılmaya başladı. Özellikle yurtdışı kış ve kayak tatillerinde tatilcileri bekleyen risklere işaret eden Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Metin Oğuz, tüketicileri tatillerini planlarken yurtdışı seyahat sigortalarını atlamamaları konusunda uyarıyor. Yurtdışı seyahat sigortasının sadece vize alınırken mecburen yaptırılması gereken bir sigorta olarak algılanmaması



Metin Oğuz

gerektiğini belirten Oğuz, "Yurtdışı seyahat sigortası zorunlu olmasının ötesinde, pek çok riskten koruduğu için tatil keyfini de sigorta altına alıyor. Anadolu Sigorta'dan polişe yaptıran sigortalılar, zorunlu tutulan 30 bin Euro'luk sağlık teminatlarının yanı sıra bagajın kaybolmasından tarifeli bagajların zarar görmesi, çalınması veya gecikmesine kadar tatil keyiflerini kaçırabilecek pek çok aksiliğe karşı da kendilerini koruyor. Üstelik bu polişe Sigortam Cepte uygulamamızla hemen düzenlenebiliyor" diyor.

Kayak teminatını unutmayın

Anadolu Sigorta yurtdışı seyahat sigortasında kayak yaralanmalarıyla ilgili giderleri de polişe

kapsamına aldırarak mümkün. Yurtdışı seyahatine çıkmadan önce, yurtdışı seyahat sigortasına kayak teminatını ekleyenler hem kayak/snowboard keyfini doyasıya yaşıyor hem de karşılaşılabileceği kötü sürprizlere karşı kendini güvenceye alıyor. Ayrıca tarifeli uçuş esnasında, check-in işleminden geçmiş kayak ve snowboard ekipmanlarının kaybolması, çalınması veya zarar görmesi durumlarında da 350 Euro'ya kadar tazminat garantisi yine polişe kapsamında verilebiliyor. Tatillerini yurtdışındaki kayak merkezlerinde geçirecek tatilciler sigortalarına kayak teminatını eklemelerini öneren Oğuz, "Kayak tatillerinde kaza ve yaralanma maalesef çok sık karşılaşılan olaylar. Anadolu Sigorta kayak teminatı da eklenebilen seyahat sigortası ürünü ile müşterilerini tüm bu risklerden koruyor" diyor. 



TÜRK NİPPON
SİGORTA

TAMAMLAYICI SAĞLIK SİGORTASI



“Türk Nippon Sigorta Tamamlayıcı Sağlık Sigortası ile SGK anlaşması bulunan özel hastanelerde, Türk Nippon Sigorta A.Ş. tarafından belirlenmiş kurumlarda geçerli olmak üzere fark ödmeden öncelikli ve kaliteli bir sağlık hizmeti alabilirsiniz.

Detaylar için internet sitemizi ziyaret edebilir ve acentelerimizle iletişime geçebilirsiniz.”

www.turknippon.com

OKS katılımcıları en az mevduat kadar kazandı

Otomatik katılım sistemi (OKS) hayata geçeli neredeyse 1 yıl oldu. Bu zaman zarfında sistem gerek gidişatıyla gerekse yapılacak iyileştirmelerle ilgili sürekli tartışıldı. Biz de yılın ilk yazısında OKS'de fon yönetimiyle ilgili bir değerlendirme yapmak istedik...

OKS'de son durum

18 emeklilik şirketinin faaliyet gösterdiği OKS'de 1 Aralık 2017 itibarıyla toplam 3.4 milyon katılımcı bulunuyor. OKS'de biriken fon tutarı ise 1.6 milyar TL'yi geçmiş durumda. Söz konusu 18 emeklilik şirketinden Aegon Emeklilik ve Hayat'ın otomatik katılımıla sisteme dahil ettiği çalışan yok. Bu noktada şöyle bir güncelleme

yapmak gerekiyor: Fiba Emeklilik ve Hayat, kasım ayında imzalanan anlaşma doğrultusunda Groupama Emeklilik'in bireysel emeklilik portföyünü devraldı. Bu durumda, OKS'de faal 16 emeklilik şirketi olduğunu söyleyebiliriz.

OKS'de çalışanlara sunulan fonlar

İlk olarak sisteme giren çalışanlardan faiz içeren veya faiz içermeyen olmak üzere iki tür fon arasından seçim yapmaları istendi. Bu kapsamda, katkı payları yapılan tercih doğrultusunda öncelikle 1 yıllık süre boyunca başlangıç fonunda veya başlangıç katılım (faiz içermeyen) fonunda değerlendiriliyor. Sistemde 14 emeklilik şirketine ait başlangıç fonu ve 16 emeklilik şirketine ait başlangıç katılım fonu yer alıyor...

Emeklilik şirketi	Başlangıç fon adı	Emeklilik şirketi	Başlangıç katılım fon adı
Allianz Yaşam ve Emeklilik	Allianz Yaşam ve Emek. Başlangıç EYF	Allianz Yaşam ve Emek.	Allianz Yaşam Başlan. Kat. EYF
Anadolu Hayat Emeklilik	Anadolu Hayat Em. Başlangıç EYF	Anadolu Hayat Emek.	Anadolu Hayat Başlan. Kat. EYF
AvivaSA Emeklilik ve Hayat	AvivaSA Em. ve Hay. Başlangıç EYF	AvivaSA Emek. ve Hay.	AvivaSA Emek. Başlan. Kat. EYF
AXA Hayat ve Emeklilik	AXA Hay. ve Em. Başlangıç EYF	AXA Hayat ve Emeklilik	AXA Hayat Başlangıç Katılım EYF
BNP Paribas Cardif Emeklilik	BNP Paribas Cardif Em. Başlangıç EYF	Bereket Emeklilik*	Bereket Emek. Başlan. Kat. EYF*
Cigna Finans Emeklilik ve Hayat	Cigna Finans Em. Ve Hay. Başlan. EYF	BNP Paribas Cardif Em.	BNP Paribas Cardif Em. Baş. Kat. EYF
Fiba Emeklilik ve Hayat	Fiba Em. ve Hay. Başlangıç EYF	Cigna Finans Em. ve Ha	Cigna Finans Emek. Başlan. Kat. EYF
Garanti Emeklilik ve Hayat	Garanti Em. Ve Hay. Başlangıç EYF	Fiba Emek. ve Hayat	Fiba Emek. Başlan. Kat. EYF
Groupama Emeklilik	Groupama Emek. Başlangıç EYF	Garanti Emek. ve Hayat	Garanti Emek. Başlan. Kat. EYF
Halk Hayat ve Emeklilik	Halk Hayat ve Em. Başlangıç EYF	Groupama Emek.	Groupama Em. Başlan. Kat. EYF
MetLife Emeklilik ve Hayat	MetLife Em. Ve Hay. Başlangıç EYF	Halk Hayat ve Emek.	Halk Hayat Başlan. Kat. EYF
NN Hayat Emeklilik	NN Hay. Em. Başlangıç EYF	Katılım Emeklilik*	Katılım Emek. Başlan. Kat. EYF*
Vakıf Emeklilik	Vakıf Emeklilik Başlangıç EYF	MetLife Emeklilik ve Hayat	MetLife Emek. Başlan. Kat. EYF
Ziraat Hayat ve Emeklilik	Ziraat Hayat ve Em. Başlangıç EYF	NN Hayat Emeklilik	NN Hayat Emek. Başlan. Kat. EYF
		Vakıf Emeklilik	Vakıf Emek. Başlan. Katılım EYF
		Ziraat Hayat ve Emeklilik	Ziraat Hayat Başlan. Kat. EYF

*Katılım Emeklilik ve Bereket Emeklilik katılımcılarına yalnız faiz içermeyen fonlar sunuyor.

Reyting tablolarında yalnızca 5 yıldızlı ve 5 yıldızlı istikrarlı fonlar gösterilmiştir. Reyting yapılan diğer tüm fonların yıldızları için www.ludens.com.tr'yi ziyaret edebilirsiniz. Bir fon eğer 5 yıldızlı ise bunun anlamı, içerisinde yer aldığı kategoride en başarılı fonlar arasında yer aldığıdır. Diğer bir deyişle, ilgili dönemde bu fonun başarısı çok iyidir ve sıralamada en üst sıralarda yer almaktadır. Ayrıca bu en üst sırada yer alan fonlar arasından 5 yıldız alıp geçmiş dönemde istikrarlı biçimde başarılı olan fonlar için de 5 yıldızın yanı sıra istikrarı temsilen ☺ ifadesi kullanılmaktadır.

Yıldız Sayısı	Anlamı	Yıldız Sayısı	Anlamı
★★★★★☺	Çok iyi ve istikrarlı	★★★	Vasat
★★★★	Çok iyi	★★	Kötü
★★★	İyi	★	Çok Kötü



Doç. Dr. Serra Eren Sarıoğlu
Ludens İleri Finansal Hizmetler ve
Danışmanlık Yönetici Ortağı
ses@ludens.com.tr

Başlangıç fonları, portföylerini mevduat, ters repo ve kısa vadeli devlet tahvilinde değerlendirebiliyor. 30 Kasım 2017 itibarıyla fonlar yüzde 22 oranında devlet tahviline, yüzde 68 oranında mevduata, yüzde 4 oranında ters repoya, yüzde 6 oranında da Takasbank Para Piyasası'na yatırım yapmış görünüyor.

Başlangıç fonlarında getiriler

Kuruldukları tarihten 30 Kasım 2017 tarihine kadar başlangıç fonları ortalama olarak yüzde 9.66 getiri elde etmiş. Fonların getirilerini, dönem sonundaki fon fiyatından dönem başındaki fon fiyatını çıkarıp dönem başındaki fon fiyatına bölerek buluyoruz. Oysaki katılımcının getirisini hesaplamak için onun her dönem yatırdığı tutarları dikkate almak gerekiyor. Bu hesaplamayı her ay maaşından 50 TL kesilen bir asgari ücretli çalışan için yaparsak (çalışanın katkı paylarının, getirisi başlangıç fonlarının ortalama

getirisine yakın bir fonda değerlendirildiğini düşünelim) yandaki tablo ortaya çıkıyor:
Her ay 50 TL yatıran bir katılımcının kasım sonunda 580,59 TL'lik bir birikimi oluyor. Bu değerlerle katılımcının getirisini hesaplarsak aylık yüzde 0.90 ve yıllık bileşik yüzde 11.3 getiri buluyoruz.

Aylar	Katılı payı	Fon fiyatı	Satın alınan fon adedi	Birikimli fon adedi	Birikim tutarı (TL)
1	50	0,010000	5.000	5.000	
2	50	0,010024	4.988	9.988	
3	50	0,010094	4.953	14.941	
4	50	0,010173	4.915	19.856	
5	50	0,010258	4.874	24.731	
6	50	0,010363	4.825	29.556	
7	50	0,010461	4.780	34.335	
8	50	0,010567	4.732	39.067	
9	50	0,010674	4.684	43.751	
10	50	0,010772	4.642	48.393	
11	50	0,010892	4.591	52.983	580,59

Çalışan, 50 TL'lerini OKS yerine mevduatta değerlendirilmiş olsaydı getirisine olurdu? TCMB tarafından yayınlanan "bankalarca açılan mevduatlara uygulanan ağırlık ortalama faiz oranları" kullanılarak hesaplanan aylık faiz oranlarıyla katılımcının 30 Kasım tarihinde 579,9 TL'si olurdu. Yatırımcının getirisi aylık yüzde 0.88 ve yıllık bileşik yüzde 11.1 olarak hesaplıyoruz. Ancak mevduattan elde edilen faiz gelirlerinin yüzde 15 oranında stopaja tabi olduğunu da göz önünde bulundurmak gerekiyor. Keza OKS'de de gelirden ödenecek vergi bulunuyor. Fakat bu vergi katılımcı sistemden ayrılırken kesiliyor. İki tabloyu karşılaştırdığımızda, OKS'de katılımcının birikimleri sanıldığı kadar aksine değer yitirmiyor, en az mevduat kadar kazanç sağlıyor. Üstelik sistemde kalan katılımcıya devletin ödeyeceği 1.000 TL katkıyı da hesaplamada dikkate almadık.

Peki ya başlangıç katılım fonları?

Başlangıç katılım fonları da kuruldukları tarihten 30 Kasım 2017 tarihine kadar katılımcılarına ortalama olarak yüzde 7.75 getiri sağlamış. Bu fonlar da portföylerini katılma hesabı, kamu ve özel sektör kira sertifikaları gibi faiz içermeyen yatırım araçlarında değerlendiriyor. Başlangıç katılım fonlarının 30 Kasım 2017 itibarıyla fonların varlık dağılımları yüzde 32 oranında katılma hesabı, yüzde 27 oranında kamu kira sertifikaları ve yüzde 40 oranında özel sektör kira sertifikaları şeklinde.

NOT: Ludens İleri Finansal Hizmetler ve Danışmanlık Ltd. Şti, Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği'nin notlandırma ve sıralama faaliyetinde bulunması uygun görülen kuruluşlar listesinde yer almaktadır. Ludens İleri Finansal Hizmetler ve Danışmanlık Ltd. Şti, Seri VII - 128.5 no'lu "Bireysel Portföylerin ve Kolektif Yatırım Kuruluşlarının Performans Sunumuna. Performansa Dayalı Ücretlendirilmesine ve Kolektif Yatırım Kuruluşlarını Notlandırma ve Sıralama Faaliyetlerine İlişkin Esaslar Hakkında Tebliğ"de yer alan esaslar çerçevesinde notlandırma ve sıralama faaliyetinde bulunmaktadır. Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği'nin, notlandırma ve sıralama faaliyetinde bulunması uygun görülen kuruluşu listeye alması; notlandırma, sıralama ve diğer faaliyetlerinin kefil olduğu anlamına gelmeyeceği gibi, söz konusu faaliyete ilişkin bir tavsiye olarak da kabul edilemez.

LUDENS FON RATING EMEKLİLİK FONLARI REYTING SONUÇLARI (30 Kasım 2017 itibarıyla)

Kamu Borçlanma Araçları Emeklilik Fonları

Fon Kodu	Fon Adı	Yıldızı	Yıllık ortalama getiri (%)	Portföy Büyüklüğü (TL)	Katılımcı Sayısı
AH8	Anadolu Hayat Em. Gr. Am. Esnek. EYF	★★★★★	8.2	917.320.335	290.390
MHK	Metlife Em. ve Hay. Kamu Borç. Araç. Stand. EYF	★★★★★	4.8	490.170.438	159.922
BEK	Groupama Em. Borç. Ar. EYF	★★★★★	4.8	303.470.434	47.977
BPG	BNP Paribas Cardif Em. Kamu Brç. Ar. EYF	★★★★★	4.4	579.013.846	132.576

Kamu Dış Borçlanma Emeklilik Fonları

BPU	BNP Paribas Cardif Em. Bir. Kam. Dış. Borç. Arç. EYF	★★★★★	20.6	223.301.982	25.246
BED	Groupama Em. Gelir Am. Kamu Dış Borç. Ar. EYF	★★★★★	20.4	141.909.776	12.262
AH4	Anadolu Hayat Em. Gelir Am. İki. Kam. Dış Borç. Ar. EYF	★★★★★	19.5	359.352.954	95.393

Hisse Senedi Emeklilik Fonları

CHH	Cigna Finans Em. ve Hay. Bir. Hisse Sen. EYF	★★★★★	14.4	74.165.871	24.979
AZH	Allianz Hayat ve Em. A.Ş. His. Sen. EYF	★★★★★	12.6	266.208.538	51.512
GEH	Garanti Em. Hay. Hisse Senedi EYF	★★★★★	11.2	247.019.086	30.899
GHH	Garanti Em. Hay. Sürdürülebilirlik Hisse Senedi EYF	★★★★★	10.9	128.807.765	19.024
HES	AXA Hayat ve Em. Büy. Am. Hisse Sen. EYF	★★★★★	9.6	36.557.291	11.583

Esnek Emeklilik Fonları

CHM	Cigna Finans Em. ve Hay. İkinci Değ. EYF	★★★★★	9.7	25.591.708	14.095
IEE	NN Hayat Emeklilik Esnek EYF	★★★★★	9.6	393.248.463	190.851
IEF	NN Hay. Em. Büyüme Am. Esnek EYF	★★★★★	9.0	97.030.250	59.677
IEK	NN Hay. Em. Büyüme Am. Karma EYF	★★★★★	8.9	311.683.385	157.701
BPE	BNP Paribas Cardif Em. Bir. Değ. EYF	★★★★★	8.9	192.701.068	89.533
GHE	Garanti Em. Hay. Dengeli Değişken EYF	★★★★★	8.9	804.983.944	107.128
BEE	Groupama Emeklilik Esnek EYF	★★★★★	7.9	73.817.288	22.084

Standart Emeklilik Fonları

ZHS	Ziraat Hayat ve Em. Standart EYF	★★★★★	7.9	564.341.308	353.774
AMS	Allianz Yaşam ve Em. Standart EYF	★★★★★	6.5	65.283.747	21.058
VEK	Vakıf Em. Gelir Am. Kamu Borç. Araç. Standart EYF	★★★★★	5.7	960.485.456	288.975
GRS	Groupama Emeklilik Standart EYF	★★★★★	5.1	5.948.769	1.169

SİGORTA ŞİRKETLERİ 9 ayda 21 milyar TL tazminat üstlendi

Sigorta sektörü, üstlendiği tazminatlarla ülke ekonomisine ve vatandaşlara güvence sağlamaya devam ediyor. 2017'nin üçüncü çeyreği sonunda sigorta şirketlerinin üstlendiği tazminat tutarı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 22 artışla 21 milyar TL'ye ulaştı...

Türkiye Sigorta Birliği'nin (TSB) üye şirketlerden derlediği verilere göre, 2017 yılının üçüncü çeyreği sonunda sigorta sektörünün üstlendiği tazminat tutarı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 22 artışla 21 milyar TL'ye ulaştı. Sektörün prim üretimi geçen yılın aynı dönemiyle karşılaştırıldığında, hayat dışı branşlarda yüzde 10.4, hayat sigortaları branşında yüzde 49.2, ortalamada ise yüzde 14.9 oranında büyüme kaydedildi. Bu sonuçlarla hayat dışı sigortalar prim üretimi 28.4 milyar, hayat sigortaları prim üretimi 5 milyar; sektörün toplam prim üretimi ise 33.4 milyar TL'ye ulaştı. Hayat dışı prim üretiminin hayat sigortaları prim üretimine göre daha düşük artmasında, üretimde büyük payı olan trafik branşındaki tavan fiyat uygulaması etkili oldu. Hayat branşında kaydedilen büyümede ise banka kredi hacmindeki genişleme önemli rol oynadı. Sigorta, reasürans ve emeklilik



şirketlerinin aktif büyüklüğü geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 24 artışla 143.8 milyar, toplam özsermaye büyüklüğü ise 20 milyar TL olarak gerçekleşti. Sektörün 2.7 milyar TL'lik toplam net dönem kârının 1.2 milyar TL'sini hayat dışı şirketler, 1.5 milyar TL'sini de hayat ve emeklilik şirketler elde etti.

Otomatik katılımda cayma oranı yüzde 54

Bireysel emeklilik sisteminde

(BES) katılımcı sayısı 8 Aralık 2017 tarihi itibarıyla 6.9 milyona, fon büyüklüğü de devlet katkısı dâhil 75.9 milyar TL'ye ulaştı. 2017 yılında başlatılan otomatik katılım uygulamasıyla 6 Aralık 2017 itibarıyla sisteme giren 7.9 milyon çalışanın 3.5 milyonunun sözleşmeleri devam ediyor. Bu doğrultuda cayma oranı yüzde 54 seviyesinde oluştu. Sözleşmeleri devam eden katılımcıların otomatik katılım fon tutarı ise 1.6 milyar TL'ye ulaştı.





Sigorta Gündem

Atamalar, terfiler
Sektörle ilgili son gelişmeler
Kim nereye transfer oldu?
Detaylı bilanço analizleri



Hepsi ve daha fazlası için

www.sigortagundem.com



10 adımda stres tip idrar kaçırmalarından kurtulun!



Prof. Dr. Haluk Kulaksızoğlu
İstanbul Florence Nightingale
Hastanesi Üroloji Bölümü

Her öksürdüğünde utanmak zorunda kalmayı kimse istemez! Stres tip idrar kaçırmaya daha çok kadınlarda görülür. İdrar torbasını taşıyan kaslar ve bunların liflerindeki zayıflık nedeniyle idrar tutma mekanizmalarının görevlerini yerine getirememesi sonucunda öksürme, hışırtı, merdiven çıkma, ıkınma gibi karın içi basıncının arttığı durumlarda kişi istemsiz olarak idrar kaçırmaya başlar. Bahsettiğimiz durumların bir kişinin hayatında ne kadar sık olduğunu düşünürseniz, yaşam kalitesini ne kadar bozduğunu tahmin etmek zor olmasa gerekir...

Kadın anatomisinde mesaneyi ve idrar kanalını (üretra) taşıyan kas demetleri ve lifler vardır. Bunlar aslında ne yazık ki zayıf bağlardır. Mesanenin normal çalışması sırasında bu bağlar idrarın dışarı kaçmasını engeller. Doğum,

hormonal değişiklikler, kabızlık, aşırı kilo, fazla zayıflık, geçirilen bazı ameliyatlarda bu kas ve liflerin zayıflamasına neden olur. Bu durumlarda idrar kaçırmalar başlar.

1 İdrar kaçırmaya tedavisine nasıl karar verilir?

Bebeklik çağı dışında idrar kaçırmak hiçbir yaş grubu için doğal değildir. Bu nedenle eğer idrar kaçırmaya oluyorsa bunun ne tipte olduğu ayırt edilerek tedavi yapılmalıdır. Tedavi kararı verirken kişinin yaşı gibi özellikleri, hormonal durumu, sosyal hayatı, cinsel yaşamı, tıbbi durumu, muayenede kasların gevşekliği, beklentileri gibi çok yönlü bir değerlendirme sonrasında tedavilere hastayla birlikte karar verilir.

2 Stres tip idrar kaçırmaya türleri var mıdır?

Kaçırmaya şiddetine göre hafif, orta ve şiddetli olarak üç grupta incelemek mümkün. Tedavi seçeneklerini tartışırken de bu değerlendirme bizim için önemlidir. Stres tip idrar kaçırmaya tek başına olabileceği gibi aşırı aktif mesane olarak adlandırılan mesane duyarlılığında artışıyla da birlikte olabilir. Bu durumun aydınlatılması da önemlidir.

3 Ne tip tedaviler uygulanır?

Saf stres tip idrar kaçırmaya şikayetleri olanlarda cerrahi ve cerrahi dışı tedaviler olmak üzere seçenekler vardır. İleri derecede olan hastalarda ilk tedavi, cerrahi olarak bozuk olan



anatominin düzeltilmesidir. Hafif ve orta şiddetli olan olgularda ise cerrahi dışı pelvik taban kaslarını güçlendirici fizik tedavi, egzersiz ve esas olarak da son yıllarda vajinal lazer uygulamaları önerilir.

4 Vajinal lazer uygulaması nasıl çalışır?

Bahsettiğimiz gibi, stres tip idrar kaçırma da esas etken mesaneyi taşıyan kas ve liflerdeki gevşemidir. Bu durum kas ve liflerin protein içeriklerinin değişmesine bağlı olarak ortaya çıkar. Vajinal olarak uygulanan lazer, kas ve liflerde taze kolajen yapımını dokuların eski özelliklerini kazanmasını sağlar. Bununla beraber vajen duvarındaki cilt, cilt altı dokusu ve kas-lif tabakasında kalınlaşma, damarlanmasında artış ve doğal bir gençleşme sağlanabilir.

5 Kullanılan lazerin bir özelliği var mıdır?

Lazer aslında bir çeşit enerji kaynağı ve bunun da çok farklı tipleri vardır. Vajinal olarak uygulanan, derin tabakalara kadar ilerleyip dokularda ölüme neden olmayan Erdmium-YAG lazerdir. Bunun özelliği ise istenilen dokularda belirli oranda bir ısı etkisi yaratarak doku desteğini sağlayan kolajen maddesinin yapımını uyarmak ve vajinal kanalda daralmayı sağlamaktır.

6 Vajinal lazer nasıl uygulanır?

Herhangi bir cerrahi kesi, anestezi gereksinimi olmadan ayaktan uygulanan ve etkisi kısa süre içinde görülmeye başlayan bir tedavidir. İşlem ayaktan yapılır ve 20-30 dakikalık bir seans sonrasında hasta yürüyerek gidebilir. Bilinen sistemik bir yan etkisi yoktur. Kısa süreli bir ağrı



doku yenilenmesi için, özellikle meme kanseri gibi hormon kullanımım sorunlu olanlarda menopoza vajinal etkilerinin giderilmesinde çok etkili bir yöntem olarak karşımıza çıkıyor. Kadınlardaki ağrılı ilişki gibi cinsel sorunlarda da etkinliği bilimsel çalışmalarla kanıtlanmış durumda. Tüm bunları bir araya getirdiğimizde kadınlarda hayat kalitesini ciddi oranda artırdığı söylenebilir.

dışında bildirilmiş ciddi bir başka yan etkisi de yoktur.

7 Diğer tedavilerle beraber kullanılabilir mi?

Bu uygulama daha sonra cerrahi gereksinim olanlarda cerrahi başarıyı artırabilir ve cerrahiden istenilen etkiyi almayan hastalarda da sonuçlarda iyileşmeyi sağlayabilir. Aynı zamanda başta bahsettiğimiz mikst ya da karma tip idrar kaçırma da kullanılması gereken ilaç tedavilerim açısından da herhangi bir problem oluşturmaz.

8 Vajinal lazer sadece idrar kaçırma durumlarında mı kullanılır?

Vajinal lazer aynı zamanda vajinal kanalın daraltılmasında, kayganlık sorunu olan kadınlarda

9 Vajinal lazeri kaç seans uygulamak gerekir?

Pelvik kas-lif demetlerindeki durum, menopoz etkileri ve kişinin şikayetlerine göre 1-3 seans uygulanabilir.

10 Kimler bu işlemi tercih etmelidir?

Öncelikle hafif-orta derecede idrar kaçırma şikayeti olanlar, vajinal kanalın genişliği nedeniyle cinsel sorun yaşayanlar, menopoz sonrasında özellikle ağrı, kaşıntı gibi şikayetleri olanlar bu tedavi için başvurmalıdır. Bu işlem için başvuran hastalar için, tarafımızdan değerlendirildikten sonra, kişiye özel tedavi düzenlenebiliyor. Başvuran hastalar için sadece lazer değil tüm cerrahi ve cerrahi dışı seçenekleri sunabilmek önemlidir.



Dijital Girişimci için Ürün Yönetimi

Serkan Ünsal
BKM

Elinden akıllı telefonu, tableti düşürmeyen ancak okumayı da sevenlerdenseniz bu dijital kitap tam size göre! Bankalararası Kart Merkezi (BKM) desteğiyle yayınlanan "Dijital Girişimciler için Ürün Yönetimi", bilişim dünyasında bir ürün çıkarmak isteyen veya çıkarmış ama yolun başında olan tüm girişimciler ve ürün yöneticisi adayları için ürünle ilgili "ne", "neden" sorularını cevaplamaya yardım eden, stratejik yönleriyle anlatan bir başlangıç kitabı.

Kitabı kimler okumalı?

■ Web, mobil girişi olanlar, kurumların ürün yöneticisi adayları...



Kitabı nasıl indirebilirsiniz?

■ BKM Express mobil uygulamasını indirin,

■ BKM Express'e kayıt olun ve kredi kartınızı ekleyin,

■ Uygulama içerisinde yer alan "QR ile Öde" seçeneğinden yanda yer alan QR kodu

okutarak veya doğrudan QR koda tıklayarak Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı'na dilediğiniz tutarda bağışınızı yapın,



■ Başış işleminiz tamamlandıktan sonra kitap, BKM Express'e kayıtlı e-posta adresinize otomatik olarak gönderiliyor.

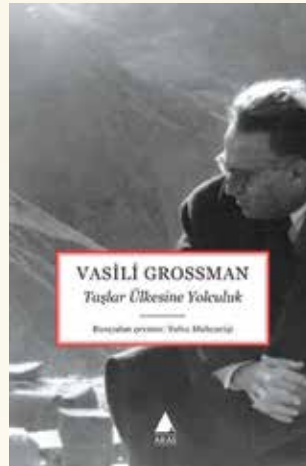


Taşlar Ülkesine Yolculuk

Vasili Grossman
Aras Yayıncılık / 176 sayfa

Dünyaca tanınmış Rus yazar Vasili Grossman'ın Ermenistan izlenimlerini kaleme aldığı Taşlar Ülkesine Yolculuk, yazarın ilk kez ziyaret ettiği Kafkas coğrafyasına dair tanıklığı olmanın çok ötesine geçen, yer yer sarsıcı, yer yer lirik ama her yönüyle güçlü bir metin. Grossman kitapta hayata, Sovyet insanına, Rus, Ermeni, Yahudi kimliklerine, milliyetçilik ve antisemitizm, Stalinizm gibi konulara ilişkin tartışmalarla, zengin bir malzemeyi usta yazarlara özgü bir maharetle işliyor.

Dönemin en önemli Sovyet yazarlarından biri olan Vasili Grossman, Şubat 1961'de Yaşam ve Yazgı adlı romanının daktilo edilmiş metnine KGB tarafından el konduktan sonra, bu durumun yol açtığı maddi ve manevi sıkıntılardan bir nebze olsun sıyrılabilme amacıyla, Ermenice yazılmış bir epik romanın Rusça çevirisini düzeltme önerisini kabul



eder. Yazarla ve çevirmenle tanışmak ve birlikte çalışmak için aynı yılın sonbaharında Ermenistan'a gider. Burada geçirdiği zamanın ardından kaleme aldığı "Dobro Vam" (Merhaba Size) da sansüre takılır ve ancak yazarın Eylül 1964'teki ölümünden sekiz ay sonra, birçok bölümü çıkarılmış olarak basılır.

Eksiksiz metinse ancak 1988'de

gün yüzü görebilecektir. Aras'ın Taşlar Ülkesine Yolculuk başlığıyla yayınladığı kitap, bu eksiksiz metnin çevirisidir. Grossman kitapta, belki de ömrünün son demlerinde olduğunun bilinciyle, zamanın ruhunu, insanın doğasını anlamaya çalışıyor ve bilgelik, zekâ, mizah, kavrama gücü dolu bir metin sunuyor "Taşlar Ülkesi"nden tüm dünyadaki okurlarına.

Arabasına aşık olan o adamı biz de çok seviyoruz!



Ona aşkla bağlı olduğunuzu biliyoruz. İşte bu yüzden **Güneş Genişletilmiş Kasko** ile aracınızı tam güvence altına alıyoruz. Yanma, çarpma ve sel gibi durumlarda artık endişelenmenize gerek yok. Çünkü, Güneş Sigorta ile #hayatdahakolay!

#AsklaBagliOlanlara



7/24 Canlı ve Görüntülü Sağlık Danışmanlığı Hizmeti Anadolu Sigorta'da!

7/24 Canlı ve Görüntülü Sağlık Danışmanlığı Hizmeti'nin yanı sıra; ameliyat, kemoterapi, diyaliz, doğum, yoğun bakım hizmetleri, radyoterapi ve fizik tedavi gibi birçok teminat Anadolu Sigorta'nın sağlık sigortası kapsamında.

**ANADOLU
SİGORTA**
Kaybetmek yok.