



SİGORTACILIĞIN

GELECEĞİ İÇİN SIRADA NE VAR ?



Konut
Sigortası

HAYAT BU, HER ŞEY OLUR.

EV #SigortasızOlmaz

*Konut sigortası da DASK'sız olmaz.
Hayattaki olası risklere karşı
sigortalı kalın, güvenle yaşayın.*



Türkiye
Sigorta Birliği

tsb.org.tr

ERİŞİM MEDYA RADYO
TELEVİZYON VE
DERGİ YAYINCILIK
ADINA İMTİYAZ SAHİBİ

Kayhan Öztürk
kozturk@psmmag.com

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Bariş Bekar
bbekar@akilliyasamdergisi.com

YAYIN DANIŞMANI
Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

EDİTÖRLER
Özlem Bayburs
obayburs@akilliyasamdergisi.com

E. Esin Gedik
esin.gedik@gmail.com

Berrin Vildan Uyanık Bekar
buyanik@akilliyasamdergisi.com

MUHABİR
Afife Kaya
akaya@psmmag.com

MARKA VE PROJE YÖNETİMİ
Tülin Çakmak
tcakmak@psmmag.com

GÖRSEL TASARIM
Yücel Asırlık
yucelasirlik@gmail.com

REKLAM REZERVAZYON
bbekar@akilliyasamdergisi.com

YAYINCI ŞİRKET
Erişim Medya Radyo Televizyon
ve Dergi Yayıncılık A.Ş.
Osmanağa Mah. Hasırcıbaşı
Cad. Hasırcıbaşı
Apt. No:15/3 Kadıköy/İstanbul
Tel: 0216 550 10 61/62

BASKI
Plusone Basım Matbaa Ambalaj
ve Reklam San. Tic. Ltd.
Maltepe Mah. Litros Yolu
2. Matbaacılar Sitesi ZF3
34025 Zeytinburnu - İstanbul
Tel: 0212 544 58 20
www.plusonebasim.com

editör



Araç trafiği mi? bilanço trafiği mi?

Oto sigortalardaki sorun giderek büyüyor. Şirketler, aracılar, üst kurul, siyasiler herkes rahatsız. Herkes şikayetinde haklı ama sorunun adını doğru koyup nedenini dile getirebilen yok.

Müşteri sesini yükseltmekte haklı çünkü geçen yıl 500 lira olan trafik sigortası primi bu yıl 1800 lira olmuş. Yaptırsa pahalı geliyor çünkü geliri bu oranda artmadı. Yaptırmıyorsa, zorunlu. Söylenmeyip de ne yapalım?

Primi dört kat artırmak zorunda kalan sigorta şirketi de haklı. 2 yıl önce 100 bin lira olan 10 yaşındaki bir otomobil 400 bin lira olmuş? Arabanın fiyatı 4 kat artınca parça maliyetleri artmış, hasarlar yönetilebilir olmaktan çıkmış, öngörüler sıfırlanmış, şirketler zarar etmeye başlamış. Primi 4 kat artırmayıp da ne yapalım? Gerçi bu artışla bile kâr etmesi imkansız ama. Sürekli patronlardan ek sermaye istemeye yöneticilerin yüzü tutmaz oldu.

Tablonun bir de görünmeyen yüzü var. Sigorta şirketleri topladığı primlerle kâr edemediği gibi fon yönetiminden de kazanamıyor. Çünkü bankaların verdiği faiz yüzde 20, enflasyon yüzde 80. Topladıkları

primi yüzde 20 faizle değerlendirebilirken hasar ödemelerini yüzde 80 artışla yapmak zorunda kalıyorlar. Ama bu mantıksızlığı dile getirebilen yok.

Yatırım için almadığımız, satmayı düşünmediğimiz arabanızın fiyatının durduk yere yüzde 400 artmasının size maliyetleri fazla oluyor. İşte buna da enflasyon deniyor.

Oto sigortalardaki fiyat artışından SEDDK da rahatsız. Çünkü halkın şikayeti siyasilere gidiyor, siyasiler de SEDDK yetkililerini arıyor. Onlar ne mi yapıyor? Şirketlerin genel müdürlerini toplantıya çağırıyorlar. Biz bu dergiyi yayına hazırlarken SEDDK yetkilileri zorunlu trafik sigortası kapsamında sigorta şirketleri genel müdürleriyle bir araya gelmiş, acil eylem planı kapsamında atılacak adımları ele alıyordu. 26 sigorta şirketinden yöneticilerin hazır bulunduğu toplantıda fikir alışverişinde bulunulduğu açıklandı.

SEDDK Başkanı Mehmet Akif Eroğlu, toplantıyla ilgili özetle şu değerlendirmeyi yaptı: "Son dönemde trafik branşında yaşanan gelişmeleri yakın izlemeye aldık. Sigorta sektörü bilançosunun yaklaşık yüzde 25'ini ilgilendiren trafik sigortasındaki her hareket konsolide bilanço kârlılığına etki ediyor. Yaptırılması zorunlu olan ve 25 milyon araç sahibini yakından ilgilendiren bu kadar önemli bir sigorta ürününde düzenleyici ve denetleyici kurum olarak, sektör oyuncular ve tüm paydaşlarla iletişim halindeyiz. Sahadaki tüm paydaşlarla beraber yürüteceğimiz ortak akılla, tüm sorunlara anlık, kısa ve orta vadeli tedbirlerle yapısal çözüm getireceğiz. Hedefimiz, trafik sigortası branşının daha öngörülebilir ve daha stabil bir fiyatlamayla başta sigortalılarımız olmak üzere şirketlerimiz ve dağıtım kanallarımız için sürdürülebilir olması. Bu amaçla SEDDK olarak piyasa yapıcı oyuncular daha yakından takip edip, piyasa bozucu işlem ve oyunculara yönelik gerekli tedbirleri hızla alacağız."

Evet, SEDDK olaya el attı ama toplantıya katılan 26 şirketin genel müdürlerinden kaçısı bu tablonun asıl nedeninin enflasyon olduğunu, bunun da sorumlusunun sigorta şirketleri değil fiyat istikrarını sağlaması gereken Merkez Bankası olduğunu söyleyebildi acaba?

Barış Bekar
bbekar@akilliyasamdergisi.com

İÇİNDEKİLER

AĞUSTOS 2022



20

SİGORTACILIĞIN GELECEĞİ İÇİN SIRADA NE VAR?

Türkiye sigorta sektörünün inovasyona dayalı ilk ve tek ödül programı Smart-i Awards'ın kazananları önceki ay açıklanmıştı. 23 Haziran'da İş Sanat Kültür Merkezi'nde düzenlenen ödül töreni, sektörün geleceğine ışık tutacak önemli bir panele de ev sahipliği yapmıştı...

"Sigorta Sektörünün Geleceğinde Sırada Ne Var?" temasıyla düzenlenen panelin ilk oturumunun konusu "InsurTech'ler fırsat mı tehdit mi?" oldu.

10

Kefalet senedi artık vergi dairelerinde de geçerli

Amme Alacaklarının Usulü Hakkında Kanun kapsamında yapılan değişikliklerle, sigorta şirketleri tarafından verilen süresiz ve şartsız kefalet senetleri artık vergi dairelerinde de geçerli olacak. Arax Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Ahmet Gez, "Bu değişikliklerle sigorta şirketlerimiz için finansal piyasalarda etkinliklerinin artması adına yeni bir kanal oluştu" dedi...

12

Akçözüm ile yetinenler için Ekonomik Akkasko

Aksigorta, araç sigortasını daha ekonomik hale getiren "Ekonomik Akkasko" ürününü kullanıma sundu. Fiyatı daha düşük olsa da bu yeni ürün, yine Aksigorta'nın belirlediği iyi segmentli servislerde geçerli ve geniş kasko teminatları sağlıyor...

14

SEDDK'da yeni dönem

Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun (SEDDK) yeni Başkanı Mehmet Akif Eroğlu oldu. Başkan Eroğlu, ilk açıklamasında "SEDDK'mız, yeni kurul üyeleri ve dinamik kadrosuyla bundan sonra da başarılarını emin adımlarla sürdürecektir" dedi...

16

MAPFRE Sigorta organik büyümeye odaklanacak

MAPFRE Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Yıldırım Türe, yüksek enflasyon nedeniyle büyüme kriteri olarak prim artışından ziyade poliçe sayısına bakılması gerektiğini düşünüyor. Yeni müşteri kazanımı kadar yenilemelerin de stratejik öncelikleri olduğunu vurgulayan Türe, "Hayata geçirdiğimiz yeni fırsat kasko ürünümüzle hasar anında yüksek hizmet kalitesini avantajlı primlerle sunuyoruz" diyor...

20

Proaktif sigortacılık dönemine hazır olun!

SFS Yazılım'ın düzenlediği "Geleceğin sigorta trendleri ve InsurTech" sohbetlerinin ilk konuğu AcnTürk Genel Müdürü Murat Dişçi oldu...

36

Sağlık seyahat poliçesi sayısı yüzde 200 arttı

Türk Nippon Sigorta Genel Müdürü Dr. E. Baturalp Pamukçu, yaz tatilleri ve Covid-19 tedbirlerinin hafiflemesine bağlı olarak seyahat sağlık sigortasına talebin hızla arttığına işaret ediyor. Sadece seyahat değil sağlık branşı genelinde artış olduğunu vurgulayan Pamukçu, "Mayıs 2022 sonuçlarına göre sağlık prim üretiminde ilk 10 şirket içinde yer almayı sürdürüyoruz. Önümüzdeki dönemde de bu alandaki istikrarlı büyümemiz sürdüreceğiz" diyor...

40

Seyahat sigortasının yıldızı yeniden parlıyor

Bu yılın ilk 5 ayında 1 milyondan fazla sağlık seyahat sigortası yapıldı. Şimdiden 2021 yılı toplamı aşıldı. Talep artışını turizmin canlanması ve iş hayatının normale dönmeye bağlayan Ray Sigorta CEO'su Koray Erdoğan, seyahat sigortalarına yönelik farkındalığın da giderek arttığını vurguluyor...

TAM İHTİYACINA GÖRE SİGORTA İÇİN
BURAYA,
RAY SİGORTA'YA!

•Ailem •Evim •Aracım •Sağlığım •İş yerim



#buRAYa

Ray Sigorta Acenteleri ve raysigorta.com.tr

RAY SİGORTA
VIENNA INSURANCE GROUP

“Atık Kumaşlarla Geleceği Tasarla” projesine **Doğa Sigorta** desteği

Doğa Sigorta, İstanbul Topkapı Üniversitesi'nin “Atık Kumaşlarla Geleceği Tasarla” projesine destek verdi. “Gelişim, Seninle” programı dahilinde atık ve geri dönüşüm sorununa dikkat çekmeyi amaçlayan öğrenciler, atık kumaşlarla notebook çantaları hazırlayarak sürdürülebilir yaşam vurgu yapıyor.

Doğa Sigorta, projenin ikinci dönemine başvurup ilk 19'a girerek hibe almaya hak kazanan İstanbul Topkapı Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Kulübü ile Plato Meslek Yüksekokulu Moda Tasarımı Programı öğrencileri ve bu projede öğrencilere önemli destekler sağlayan üniversitenin akademik kadrosunu düzenlediği özel bir etkinlikte ağırladı. Üniversitenin TSYD Levent yerleşkesinde düzenlenen etkinlikte projenin mimarları



Doç. Dr. Arzu Toğuşlu Kızbaz ve öğretim görevlisi Esra Tambay'a tebrik plaketlerini takdim eden Doğa Sigorta CEO'su Nihat Kırmızı, şöyle konuştu:

“Geri dönüşüm ve iklim değişikliğiyle mücadeleyle öncelik veriyoruz. İklim değişikliğiyle mücadele ve sürdürülebilir çevre

hedefine ulaşmayı amaçlayan projelerin daima destekçisiyiz. Bir anlamda Doğa Sigorta olarak ismimizin gerekliliğini yerine getiriyoruz. Hibe almaya hak kazanan ve üniversitemizin ismiyle değer yaratan projede emeği geçen akademik ve yönetim kadromuzu canı gönülden tebrik ederim.”

Quick, otonom toplu ulaşım teknolojilerine yatırım yapıyor

Quick Sigorta, toplu taşıma operasyonlarını daha verimli, daha konforlu ve daha güvenli hale getirmek hedefiyle yola çıkan ABD merkezli Türk teknoloji şirketi ADASTEC ile yazılım ortaklığı başlattı. ADASTEC'in toplu taşıma araçlarına dördüncü seviye otonom sürüş özelliği sağlayan yazılımı, seri üretimde kullanım açısından bir ilk olma özelliğini taşıyor.

Yakın zamanda dünyanın pek çok şehrinde elektrikli ve otonom araçların toplu taşımada daha çok kullanılacağını anımsatan Maher Holding Sigorta Grubu Başkanı Ahmet Yaşar, Quick Sigorta olarak tamamen yapay zekâ üzerine kurulmuş bir yazılıma yatırım yaparak dünya vizyonunun takipçisi olmaya devam ettiklerini vurguladı. Yaşar, otonom araçların nasıl sigortalanabileceği konusunda ise şu değerlen-

dirmeyi yaptı:

“Bugüne kadar bildiklerimiz alışlagelmiş kasko sigortaları. Sektör olarak elektrikli bir aracın nasıl sigortalanması gerektiğini çözdük. Şimdi karşınızda otonom bir toplu taşıma aracı var. Dolayısıyla otobüs üreticisinin mi, yazılım geliştiricinin mi, yoksa alan sağlayıcı operatör belediyenin mi sorumluluğuyla sigortalanması gerektiğini anlamak için Ar-Ge çalışmalarımızı yürütüyoruz. Biz bugüne kadar oto sigortalımda üçüncü şahsa verilen sorumluluğu biliyorduk. Otonom araçlarla birlikte neyi sigortalayacağımız ve sorumluluklar konusu şimdi daha kompleks bir hale geldi.”



Ahmet Yaşar



Magdeburgerlilere SIXT Rent A Car indirim

Magdeburger Sigorta, araç kiralama sektörünün önde gelen oyuncularından SIXT Rent A Car ile iş birliği başlattı. Tüm araç gruplarına özel yüzde 40 indirim sağ-

layan ve 31 Aralık 2022'ye kadar devam edecek kampanya, Kuşadası ve Erzurum hariç tüm SIXT Rent A Car şubelerinde geçerli olacak.

VakıfBank Platinum Ailesi ile ayrıcalıklar dünyasını keşfedin

Birbirinden avantajlı kampanyalar ve size özel ayrıcalıklar için siz de hemen VakıfBank Platinum Ailesi'ne dahil olun!

VakıfBank, daima seninle.



Uçak Bileti Alımlarında Kat Kat Değerli Worldpuan



Ücretsiz Seyahat Sigortası



Yurt Dışı Alışverişlerinde İndirim Ayrıcalığı



Asistans Özelliği



Anlaşmalı Restoranlarda İndirim



Müşteri Hattı Önceliği

Ayrıcalıklar ve ayrıntılı bilgi için www.vakifkart.com.tr adresini ziyaret edebilirsiniz.

444 0 724 | vakifbank.com.tr

VakıfBank
Burasi Sizin Yeriniz

[Instagram](#) [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [YouTube](#) /vakifbank

Unico Sigorta'da yönetim değişikliği



Ender
Güzeler

Unico Sigorta, stratejik hedefleri doğrultusunda üst yönetim kadrosunu yeniden yapılandırdı. Hakim hissedar konumuna geçen Jan Nahum'un Yönetim Kurulu Başkanlığını üstlendiği şirkette, 2021 yılı aralık ayından bu yana Yönetim Kurulu Murahhas Üyesi olarak görev yapan Ender Güzeler ise Genel Müdür oldu. Güzeler, Unico Sigorta Yönetim Kurulu'ndaki mevcut görevine de devam edecek. Genel Müdür Vekili olarak görev yapan Emine Talay Turan ise Unico Sigorta Mali İşlerden Sorumlu

Genel Müdür Yardımcısı olarak çalışmalarına devam ediyor.

Anadolu Üniversitesi mezunu Ender Güzeler, 25 yıldır sigorta sektöründe AXA Oyak, Fiba (Somp), HDI, Korum ve Güneş Sigorta şirketlerinde çeşitli kademelerde tahsilat, rücu, hasar, teknik ve satış yöneticilikleri yaptı. Güzeler, 2015-2021 yılları arasında sahibi olduğu OLV Risk Yönetimi ve Danışmanlık'ta çalışmalarını sürdürdü. Aralık 2021 itibarıyla da Unico Sigorta'nın yönetim kuruluna dahil oldu.

Anadolu Sigorta'dan Kız Basketbol Şenliği'ne destek



Anadolu Sigorta, kadın basketbolunun Türkiye genelinde gelişmesini ve daha çok sevilmesini sağlamak amacıyla faaliyetlerini yürüten Kadın Basketbol Dayanışma Derneği (KBDD) tarafından düzenlenen özel bir etkinliğe sponsor oldu. 3-7 Temmuz tarihleri arasında Ankara'da gerçekleşen "81 İl 12 Yaş Kız Basketbol Şenliği", basketbol turnuvasının yanı sıra kişisel gelişim odaklı sosyal ve kültürel etkinliklere de sahne oldu. Ankara Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü ile Ankara Büyükşehir Belediyesi başta olmak üzere onlarca toplumsal proje ortağı, kız sporculara destek oldu. Türkiye'de bu kapsam ve içerikte düzenlenen ilk etkinlik olan KBDD'nin toplumsal sorumluluk projesinde Anadolu Sigorta da sporcu kızları ferdi

kaza güvencesi altına alarak şenlik tişörtleri hediye etti.

Anadolu Sigorta İletişim Koordinatörü Berna Ergüntan şenlikle ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Son 2 yıldır kadınların güçlenmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarımızın odağında yer alıyor. Basketbol branşı gibi erkek sporcu oranının baskın olduğu branşlara ilgi duyan kızlarımızı küçük yaşlardan itibaren desteklemek, bu spor dalında kadın-erkek eşitliğini sağlamak için de çok kıymetli. Bu takımlardan gelecekte profesyonel basketbolcular yetişeceğini umut edi-



Berna Ergüntan

**You Locally Risk,
We Globally Value**



KEFALET SENEDİ artık vergi dairelerinde de geçerli

Amme Alacaklarının Usulü Hakkında Kanun kapsamında yapılan değişiklikle, sigorta şirketleri tarafından verilen süresiz ve şartsız kefalet senetleri artık vergi dairelerinde de geçerli olacak. Arex Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Ahmet Gez, “Bu değişiklikle sigorta şirketlerimiz için finansal piyasalarda etkinliklerinin artması adına yeni bir kanal oluştu” dedi...



6183 sayılı Amme Alacaklarının Usulü Hakkında Kanun kapsamında yapılan değişiklik doğrultusunda, teminat olarak “süresiz ve şartsız” kefalet senetlerinin de kabul edilmesi yürürlüğe girdi. Bu düzenlemeyle vergi teminatları için reel sektörün gayri nakdi kredi ihtiyacına çözüm sağlayacak yeni bir kanal daha açılmış oldu ve bankaların yanına sigorta şirketleri de seçenek olarak eklendi.

5 Temmuz 2022 tarihli Resmî Gazete’de yayınlanan 7417 sayılı torba kanunun 24’üncü maddesi ile 6183 sayılı Amme Alacaklarının Usulü Hakkında Kanun’un (AATUHK) 10’uncu maddesinin 2’nci bendi “Bankalar tarafından verilen süresiz ve şartsız teminat mektupları ile sigorta şirketleri tarafından verilen süresiz ve şartsız kefalet senetleri” şeklinde değiştirildi.

“SORU İŞARETLERİ ORTADAN KALKTI”

İlgili kanuni düzenleme AATUHK kapsamında kefalet senetlerinin geçerli bir teminat türü olarak kabul edilmesini son derece önemli bir adım olarak değerlendiren Arex Sigorta Satış, Pazarlama ve Finansal Sigortalardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ahmet Gez, “Bu değişiklikle ilgi-

li kanunun uygulama alanına giren her türlü teminat talebi artık kefalet senetleriyle karşılanabilecek. Bu sayede birçok soru işareti ortadan kaldırılmış oldu” diyor.

KDV iadelerinde ve belediyelere ait vergi, resim, harç, ceza tahkik ve takiplerine ait yargılama masrafı, vergi cezası, para cezası ile bunların gecikme zammı ve faiz alacakları ve kamu hizmetlerinin uygulanmasından kaynaklanan diğer alacaklar ile bunların takip masraflarına ilişkin idarece talep edilen teminatların kanun kapsamında yer alacağını da belirten Gez, sözlerini şöyle sürdürüyor:

“Bilindiği gibi finansal piyasaların etkinliği, finansal kurumların ürün çeşitliliğine bağlı olarak artıyor. Bu son değişiklikle iş

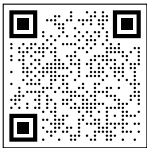
dünyası için yeni bir alternatif oluşturulmasının yanı sıra sigorta şirketlerimiz için de finansal piyasalarda etkinliğinin artırılması adına yeni bir kanal oluşturuldu.”

Türkiye, banka teminat mektubu kullanımında dünyada birinci durumda. İş dünyasının ve reel sektörün gayri nakdi kredi ihtiyacının tamamına yakını bankalar tarafından karşılanıyor. Bu noktada, finansmana ulaşımın kolaylaşması açısından sigorta kefalet senetlerinin kullanımının yaygınlaştırılması önem taşıyor.

Şehrin en iyi
hastanesi
bana yeter.
Farkı Quick
öder.
iyi fikir

QUICK TAMAMLAYICI SAĞLIK SİGORTASI

58 ilde şehrin en iyi özel hastanelerinde
fark ödemeyin. Ekonomik, pratik ve anında
Quick farkını şimdi Quick Tamamlayıcı
Sağlık Sigortası ile yaşayın.



www.quicksigorta.com

QUICK
SİGORTA

Akçözüm ile yetinenler için **Ekonomik Akkasko**

Aksigorta, araç sigortasını daha ekonomik hale getiren “Ekonomik Akkasko” ürününü kullanıma sundu. Fiyatı daha düşük olsa da bu yeni ürün, yine Aksigorta’nın belirlediği iyi segmentli servislerde geçerli ve geniş kasko teminatları sağlıyor...

Kaskoyu daha ekonomik hale getirme amacıyla yeni bir model oluşturan Aksigorta, geliştirdiği “Ekonomik Akkasko” ürününü müşterilerinin kullanımına sundu. Bu yeni ürünle kaskoda yetkili servis kullanmak istemeyen müşterileri için daha ekonomik seçenek sunan Aksigorta, 15 yaşa kadar araçlara, iyi sürücülerini ödüllendiren indirim kademeleri kazanma hakkı ve kasko sigortalama imkanı sağlama hakkı yanı sıra ekonomik koşullardan dolayı kasko satın alamayan müşterileri için bir opsiyon daha sunmuş oldu.

Aksigorta, geniş teminatlı kaskosu Akkasko’nun tüm teminatlarını verdiği ve servis seçeneği olarak sadece Aksigorta’ya özel yaygın ve kaliteli Akçözüm servislerini kullanıyor.

NELERİ KAPSIYOR?

Aksigorta müşterilerine, Ekonomik Akkasko ile onarımın yine Aksigorta’nın belirlediği iyi segmentli servislerde geçerli olduğu geniş kasko teminatları sunuluyor. 3-15 yaş araçlara teminatın yanı sıra otomobil, kamyonet grubu ve hususi veya şirket araçlarına teminat verilirken, sınırsız ihtiyari mali mesuliyet (İMM) ve 150 bin TL’ye kadar manevi



İyi düşün, iyi yaşa!

AKSİGORTA



Metin Demirel

tazminat seçeneği, 10 bin TL ferdi kaza teminatı, yılda 2 kere 7 gün yedek araç seçeneği, en yakın Akçözüm servisine yol yardım seçeneği, anlaşmalı cam servislerinde cam teminatı, 1.000 TL anahtar kaybı ve mini onarım imkanı gibi avantajlar sağlanıyor.

“AMACIMIZ EKONOMİK BİR OPSİYON SUNMAK”

Aksigorta Genel Müdür Yardımcısı Metin Demirel, müşteri odaklı yaklaşımlarıyla kaskoyu daha ekonomik hale getirdiklerini vurguluyor ve yeni ürünle ilgili şu bilgileri veriyor:

“Amacımız müşterilerimize kaskoda çoklu seçenek ve ekonomik opsiyon sunmaktır. Geniş teminatlı Akkasko’nun yanı sıra ‘Ekonomik Akkasko’ ile bu dönemde yine müşterilerimizin yanında yer almak, ihtiyaç ve beklentilerine göre çözüm sunmak bizim için ayrı bir memnuniyet kaynağı oldu. Hem müşterilerimiz hem de iş-çözüm ortağımız olan dağıtım kanallarımız için yeni ürün ve hizmetler konusunda çalışmalarımıza hız kesmeden devam edeceğiz.”

Sempatik dostlarımız Türkiye Sigorta güvencesinde!

Türkiye Sigorta Sempati Evcil Hayvan Sigortası,
acil durum ve hastalıklarda sempatik dostlarımızın sağlığını koruma altına alıyor.
Ücretsiz göz ve kulak temizliği, tırnak bakımı, mikroçip uygulaması ile
indirimli kuaför ve otel fırsatları gibi pek çok kolaylığı bir arada sunuyor.



Yaygın
veteriner
ağı



Standart ve
geniş kapsamlı
ürün
seçenekleri

SemPati

Evcil Hayvan Sigortası

Mikroçip uygulaması ve
senede 1 kez göz kulak
temizliği, tırnak kesimi
rutin bakımları anlaşmalı
veteriner ağıımızda geçerli
olmak üzere ücretsizdir.

0850 202 20 20
turkiyesigorta.com.tr

 **TÜRKİYE SİGORTA**
Gücü, adında.

SEDDK'da yeni dönem

Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun (SEDDK) yeni Başkanı Mehmet Akif Eroğlu oldu. Başkan Eroğlu, ilk açıklamasında "SEDDK'mız, yeni kurul üyeleri ve dinamik kadrosuyla bundan sonra da başarılarını emin adımlarla sürdürecektir" dedi...



MEHMET AKİF EROĞLU KİMDİR?

Cumhurbaşkanlığı kararıyla Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu'na (SEDDK) yeni atamalar yapıldı. 7 Temmuz 2022 Perşembe tarihli karar uyarınca başkan Türker Gürsoy, ikinci başkan Ali Ersoy ve üye Ender Şenol görevden alındı. Başkanlığa Mehmet Akif Eroğlu, İkinci Başkanlığa Davut Menteş, üyeliğe Yusuf Dinç, Mahmut Güngör ve Fatih Küçükcan atandı. SEDDK'nın yeni başkan ve kurul üyeleri 18 Temmuz 2022 tarihinde görevlerine başladı.

SEDDK Başkanı Mehmet Akif Eroğlu, göreve başladıktan sonra özetle şu açıklamayı yaptı: "Sigorta ve özel emeklilik sektörleri ekonominin itici güçleri arasında yer alıyor. Türkiye'nin kalkınmasında önemli bir güvence sunan her iki sektörün de sağlıklı bir şekilde büyümesi, güçlü Türkiye yolunda büyük önem arz ediyor. Kuruluşundan bu yana kamunun yararını gözeterek sektörün gelişimi için birçok önemli işe imza atan SEDDK'mız, yeni kurul üyeleri ve dinamik kadrosuyla bundan sonra da başarılarını emin adımlarla sürdürecektir. SEDDK olarak yeni dönemimizde sektörlle ilgili tüm konuları daha öngörülebilir ve kucaklayıcı bir şekilde, ortak akılla çözmek adına tüm paydaşlarla birlikte durmadan çalışacağız."

YENİ BASIN DANIŞMANI

Öte yandan, SEDDK'nın yeni döneminde basın danışmanı olarak da gazeteci Serap Doğan atandı. Doğan, Turkuvaz Medya Grubu bünyesindeki A Para televizyon kanalında haber editörü olarak görev yapıyor.

1970'te Malatya'da doğdu. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nden 1991 yılında mezun oldu. 1992'de Hazine Müsteşarlığı'nda bankalar yeminli murakıp yardımcısı olarak iş hayatına başladı. 2001'de ABD bankacılık sistemi ve mevduat sigortacılığı üzerine araştırma ve incelemelerde bulunmak üzere geçici görevle Washington'a gitti. 2003 yılında TBMM nezdinde İmar Bankası Araştırma Komisyonu'nda çalıştı. 2004-2006 döneminde ABD'de Illinois Üniversitesi'nde işletme mastırı yaptı. 2007'de ABD'nin Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu bünyesindeki hizmet içi eğitime katılarak, Examination Management School'dan denetim grup başkanlığı sertifikası aldı. Akabinde Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nda denetim daire başkanlığına atandı. Eylül 2009 itibarıyla finansal işlerden sorumlu genel müdür yardımcısı olarak Ziraat Hayat ve Emeklilik kurucu ekibine katıldı. 2010 itibarıyla bu şirketin genel müdürlüğüne, 2012'de de Ziraat Sigorta genel müdürlüğüne atandı. 2015-2020 yıllarında Türkiye Sigorta Birliği (TSB) genel sekreterliği görevini üstlendi. Ağustos 2020'den bu yana Motorlu Taşıt Büro Müdürlüğü görevini yürüten Mehmet Akif Eroğlu, aynı zamanda TARSİM ve TSEV yönetim kurulu başkanlığının yanı sıra EGM, TSB, DASK, Sigorta Tahkim Komisyonu, Türk Loydu, Türk P&I yönetim kurulu üyeliklerini üstlendi. ●

Siz sadece rotanızı belirleyin.

**Türk Nippon güvencesiyle
seyahatinizin keyfini
çıkartın!**



*Sağlığınız seyahatlerinizde de Türk Nippon'a emanet.
Siz de Türk Nippon'dan Seyahat Sağlık Sigortası yaptırın,
yolculuğunuz sırasında gerçekleşebilecek risklere karşı
önleminizi alın. Detaylı bilgi için 444 88 67'yi arayabilir,
acentelerimizi veya turknippon.com'u ziyaret edebilirsiniz.*



MAPFRE Sigorta organik büyümeye odaklanacak



MAPFRE Sigorta
Genel Müdür Yardımcısı
Yıldırım Türe

MAPFRE Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Yıldırım Türe, yüksek enflasyon nedeniyle büyüme kriteri olarak prim artışından ziyade poliçe sayısına bakılması gerektiğini düşünüyor. Yeni müşteri kazanımı kadar yenilemelerin de stratejik öncelikleri olduğunu vurgulayan Türe, "Hayata geçirdiğimiz yeni fırsat kasko ürünümüzle hasar anında yüksek hizmet kalitesini avantajlı primlerle sunuyoruz" diyor...

Türkiye genelinde 1 milyonu aşkın sigortalıya hizmet veren MAPFRE Sigorta, en güçlü kaslarından biri olan kasko branşında ortalamanın üzerindeki büyüme ivmesini sürdürülebilir kılmak için çalışıyor. MAPFRE Sigorta Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı ve İcra Komitesi Üyesi Yıldırım Türe, Akıllı Yaşam'a özel verdiği röportajda, müşterilerinin ihtiyaçlarına yönelik geliştirdikleri yeni hizmetlerle yaşamlarını kolaylaştırmayı hedeflediklerini belirtti. Türe, sektörün gittikçe daha rekabetçi hale geldiğini ve maliyetlerin yükseldiği bir dönemden geçildiğini vurgulayarak, MAPFRE Sigorta'nın yeni fırsat kasko ürününe hayata geçirdiğini, bu ürün ile hasar anında yüksek hizmet kalitesini avantajlı primlerle sunmayı planladıklarını ifade etti...

MAPFRE Sigorta'nın güncel verilerini değerlendirerek başlayalım. Geçen yıl nasıl bir performans sergilediniz ve bu yıl nasıl geçiyor?

MAPFRE Sigorta olarak 1948'den bu yana Türkiye'de çalışanlarımız, iş ortaklarımız ve paydaşlarımızla birlikte güçlü ve sürdürülebilir büyümemizi sürdürüyoruz. 1 milyonu aşkın sigortalımıza her koşulda ayrıcalıklı ürün ve hizmetler sunmak için çalışıyoruz. Ürün ve hizmetlerimizi müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentilerini göz önüne alarak geliştiriyoruz. 2021'i prim üretiminde pazar ortalamalarına yakın bir seviyede büyümeyle 8'inci sırada tamamlamıştık. Yangın, tamamlayıcı sağlık (TSS), nakliyat ve mühendislik gibi birçok branşta önceki yıla göre sektör ortalamalarının üzerinde büyüme gösterdik. TSS ürününde bölgesel fiyatlamamız sayesinde geçen yıla göre yüzde 60'a aşan oranda büyüme sağladık. Sağlık branşı toplam prim üretiminde 4'üncü sıradaki yerimizi koruduk. Mühendislik branşında 2020'yi yüzde 19.23 büyümeyle kapamıştık. Bu başarıyı devam ettirerek geçen yıl sektör ortalamasının üstünde bir büyüme ivmesi yakaladık ve sektör üçüncüsü olduk. Nakliyat branşında da yüzde 70'i aşan oranda büyüme kaydettik.

PARAMETRELER SÜREKLİ DEĞİŞİYOR

Sektöre genel olarak bakarsak, 2022'nin ilk çeyreği itibarıyla toplam prim üretimi geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 74 arttı. Ancak reelde değişim yüzde 8.08'de kaldı. Hayat dışı prim üretimi geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 59 gibi önemli bir oranda artsa da yüksek enflasyon ve dalgalı ekonomik seyir nedeniyle bu artışı geçen yılki gibi okuyamıyoruz. Parametreler ve dinamikler sürekli değişiyor ve biz de bu değişimlere göre plan yapmaya gayret gösteriyoruz. Yüksek enflasyon bu yılın değişen dinamiklerinden biri oldu. Bu yüzden biz de odağımıza prim büyümesinin yanı sıra poliçe ve müşteri sayısı artışını da aldık. MAPFRE Sigorta olarak nisan ayı itibarıyla poliçe sayımızı, geçen yıla göre yüzde 2, müşteri sayımızı da yüzde 3 artırdık.

REKABETÇİ KONUMUMUZU SÜRDÜRECEĞİZ

Ağırlıklı olarak hangi branşlarda varsınız?

Güçlü olduğunuz alanlar neler?

MAPFRE Sigorta olarak 24 branşta varız. Bunlardan rekabetçi olduğumuz ve stratejik gördüklerimizi kasko, sağlık, TSS, konut, KOBİ, mühendislik, nakliyat şeklinde sıralayabiliriz. TSS'nin



Türkiye'de ilk poliçelerini yaratan şirket olarak sağlık branşı güçlü kaslarımızdan biri. 2021'de TSS, sektördeki bütün branşları karşıladığımızda en büyük prim büyümesine sahip branş oldu. Bu alandaki büyüme trendinin devam edeceğini düşünüyoruz. MAPFRE Sigorta olarak hem operasyonel mükemmeliyet çalışmalarımız hem de acentelerimizin ve araçlarımızın kullandığı sistemlerin altyapısını iyileştirme çalışmalarımızla bu branşta 2022 ve sonrasında da iddialı konumumuzu sürdüreceğiz. Sektörümüz gittikçe daha rekabetçi hale geliyor. Bu öncelikle fiyat üzerinden okusak da bizim için asıl rekabet alanları hizmet kalitesi, servis olanakları gibi parametreler. Biz de iş ortaklarımızla birlikte özellikle bu alanlarda müşteri deneyimini geliştirmeyi ve memnuniyeti artırmayı hedefliyoruz.

Sağlık sigortası ve TSS'nin güncel durumunu nasıl değerlendirirsiniz?

Sektörde son 5 yıldır kasko ve zorunlu trafiğin payı azalıyor. Yani baktığımızda kasko/trafik dışındaki branşların büyüme oranları ve portföyden alınan pay daha fazla. Bu durum sektörü de daha rekabetçi hale getiriyor. Oto branşındaki kâr sorunu sağlık ve özellikle TSS branşında müşteri anlamında önemli bir potansiyel yaratabilir. 2021'i ayrı tutmak gerekirse, sağlık sigortası yapan kişiler eğer bütçesi uygunsuzsa genelde geniş kapsamlı poliçeyi tercih ediyor. Aslında bu bambaşka bir ürün ve daha geniş bir poliçenin alınmasını sağlama sorumluluğumuz var. MAPFRE Sigorta olarak dağıtım kanallarımızı bu konuda yönlendirmeye çalışıyoruz. Sektörde şirketleriyle, acenteleriyle hemen herkesin odağında bir TSS ürünü var. Müşteri sayısındaki artışın da bu gelişimi destekleyeceğini düşünüyorum.

SAĞLIKTA AYRICALIKLI HİZMETLER SUNUYORUZ

Sağlık sigortası bilincinin gelişmesi, müşteri adedinin artması, kişi başına düşen poliçe adedinin artması anlamında önümüzdeki →

dönemde de trafik gibi yaygın, penetras-yonu yüksek bir ürün olacak. Biz de müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentilerine yönelik hizmet ve ürünler sunmaya özen gösteriyoruz. Örneğin “Bi’ Doktora Sor” hizmetimiz sayesinde müşterilerimiz evinden hiç çıkmadan tıbbi ve psikolojik danışmanlık hizmeti alabiliyor. Bunun yanında herhangi bir katılım payı ödemedi ve doktor sevk kâğıdına ihtiyaç duymadan anlaşmalı laboratuvarlarda gerekli testleri yaptırabiliyor. Anlaşmalı iş ortağımızın desteğiyle iş birliği yaptığımız doktorlarımız ihtiyaç halinde evde ya da iş yerinde de kan alımı hizmeti veriyor. MAPFRE Sigorta olarak bu ayrıcalıklı hizmetlerimizle sektörümüzde de fark yaratıyoruz. Bu yıl sağlıkta hasar prim oranının dengelenmesi yükselen enflasyon ve maliyetler nedeniyle risk teşkil edecek gibi gözüküyor. Bu riskin temel nedeni ise bu yıl gerçekleşen hasarların, geçen yıl şartlarına göre sigortalılarımızdan alınan primlerle ödenecek olması.

HER ANINDA MAPFRE SİGORTA YANINDA

MAPFRE Sigorta olarak ana hedeflerimizden biri de müşterilerimizin ihtiyaçlarına yönelik geliştirdiğimiz yeni hizmetler sayesinde yaşamlarını kolaylaştırmak. Bu amaçla hazırladığımız “Her Anında MAPFRE Sigorta Yanında” ile 65 yaşın üstündeki özel sağlık sigortası müşterilerimize yönelik bir yenilik başlattık. Bu hizmetimiz sağlık hizmetlerini daha basit ve hızlı hâle getiren ve aynı zamanda bu yaş grubuna özel müşterilerin günlük yaşamını kolaylaştıran birtakım uygulamalar sunuyor.

Ekonomik dalgalanmaların sigorta sektörüne ve MAPFRE’ye yansımaları nasıl oluyor? Nasıl bir strateji izliyorsunuz?

Maliyetlerin artması, yüksek enflasyon, arz-talep dengesizliği, kârlılık düşüşü, rekabetin artması gibi riskler sektörümüzü ve bu sektöre hizmet eden tüm paydaşları etkiliyor. Bu doğrultuda



NET SIFIR EMİSYON SİGORTA İTTİFAKI

Yıldıırım Türe, iklim değişikliği, siber saldırılar gibi küresel risklerin sektöre ve MAPFRE’ye etkilerini de şöyle değerlendiriyor: “En değerli varlığımız sağlığını diyoruz ama gezegenimizin sağlığını ihmal ediyoruz. Bunun etkilerini de maalesef sarsıcı bir şekilde yaşamaya başladık. Dolayısıyla sürdürülebilirliği artık tüm faaliyetlerin merkezine koymak gerekiyor. Çevreden topluma her alanda daha sürdürülebilir, bugünden geleceğe köprü kuran uygulamalar hayata geçirmek önemli. Bu yaklaşım sigorta sektörünü de dönüştürecek. Sürdürülebilirliği tüm faaliyetlerinin özüne yerleştiren MAPFRE, bu konuda yeni adımlar atarken, kendisini iklim değişikliğiyle mücadelede çaba sergileyen oyuncuların biri olarak konumlandırıyor. Bu misyonla hareket eden grubumuz, 2050 yılına kadar sera gazı emisyonlarını nötr hale getirme, diğer bir deyişle, sigorta ve reasürans portföylerinde sıfır net emisyonla ulaşma hedefiyle Net Sıfır Emisyon Sigorta İttifakı (NZIA) bünyesine katıldı. İklim değişikliğiyle mücadele etme kararlılığıyla sektörde öncü bir rol üstleniyor. Nitekim bu konuda önemli bir adım daha atan MAPFRE, fosil yakıtları terk etme planı olmayan enerji şirketlerine sigorta hizmeti vermeyeceğini ve yatırım yapmayacağını açıkladı. MAPFRE Sigorta olarak biz de bu kararın arkasında duruyoruz. Ülkemizde de enerji sektöründe faaliyet gösteren şirketlere temiz enerjiye geçiş sürecinde yardımcı olma sorumluluğumuz var. Grubumuzun taahhüdünü yeni anlaşmalarımızda ve mevcut sözleşmelerimizin yenileme aşamasında istisna olarak belirteceğiz.”

MAPFRE Sigorta olarak sürdürülebilir kârlılık ve büyümeye, değişen ihtiyaçları doğru okumaya odaklıyız. Bu çerçevede sektörün önemli oyuncularını arasındaki konumumuzu koruyarak, stratejik hedeflerimiz doğrultusunda faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Sektör olarak enflasyon etkisini daha fazla büyüyerek tolere etmemiz gereken bir yıldayız.

POLİÇE ARTIŞINA ODAKLANDIK

Enflasyon ve dövizdeki artış nedeniyle sigorta bedellerinde artış oldu. Bu kapsamda primlerde enflasyona bağlı olarak belli bir oranda büyüme gerçekleşiyor. MAPFRE Sigorta olarak prim büyümesinin yanı sıra bu yıl daha çok poliçe artışına odaklanıyoruz. Yeni müşteri kazanımı kadar yenilemeler de bu yılki

stratejik önceliklerimiz arasında. Özellikle kasko ve sağlık branşında her iki inisiyatife yön verecek stratejik planlamalarımızı uyguluyoruz. Ayrıca mevcuttaki satış kanallarımızın verimliliğini artırmayı, iş ortaklarımızla bağlılığımızı güçlendirmeyi ve toplam aracı sayımızı yükseltmeden yeni iş ortakları edinmeyi hedefliyor, acente optimizasyonunu önemsiyoruz. İş ortaklarımızın hayatını daha da kolaylaştırmaya yönelik yeni projeler ve uygulamalar geliştirmeye devam ediyoruz. Sürdürülebilirlik, 2013 yılından bu yana faaliyetlerimizin merkezinde yer alıyor. Şirketimizin performansını artırmak ve MAPFRE'nin güvenilir bir küresel sigorta şirketi olarak konumunu pekiştirmek amacıyla, çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim (ÇSY) konularında önemli sürdürülebilirlik hedeflerimiz ve taahhütlerimiz var.

KOBİ'LER İÇİN ÜÇ ÖZEL HİZMET

KOBİ müşterilerinize özel çalışmalarınız da var mı?

KOBİ segmentinde ihtiyaçlara cevap verebilecek çözümlere ve ürünlere odaklanmış durumdayız. Hayata geçirdiğimiz, Türkiye'de ilk kez uygulanan Şirketim 360° danışmanlık modeliyle müşterilerimiz olası riskler karşısında mevcut durumunu değerlendirme fırsatı buluyor. Modeli kullanan KOBİ'ler istikrarlı büyüme adına çok önemli bir avantaj elde ediyor. Daha önce MAPFRE İspanya'da kullanılan ve oldukça verimli olduğu için "örnek uygulama" uygulaması olarak stratejik ülkelerde de ülke müşteri yapısına göre uyarlanarak adapte edilen bir model. Şirketim 360°, ayrıcalıklı aracı kurumlarımızın kullandığı bir sigorta danışmanlık modeli.

2016'dan bu yana KOBİ müşterilerimize asistans hizmeti de sunuyoruz. Bu asistans paketimiz hukuki, mali müşavir, marka ve patent, dış ticaret, vergi işleri, işyeri güvenlik, e-ticaret, insan kaynakları personel işleri, sosyal güvenlik ve İSG danışmanlık hizmetlerini kapsıyor. Buradaki öncelikli amacımız KOBİ'lerimizin işlerini yürütürken ya da işlerini büyütme için ihtiyaç duyacakları bilgiler için konusunda uzman kişilerden yorum alabilmesi.

Yine KOBİ'ler için tasarladığımız geniş kapsamlı "Süper Kobim Paket" ürünümüzde de eksik sigortaya karşı koruma, kazaen kırıma, iş durması, izolasyon eksikliği, kira kaybı, dolu, hukuksal koruma ve daha fazlasını içeren 24 ek teminatın içeriğinde kapsamlı bir şekilde iyileştirmeler yaptık. Ürün yelpazemize eklediğimiz yeni paketler içerisinde her bir faaliyet koluna göre ihtiyaç duyulacak ek teminatlar sağladık. KOBİ segmentine özel aracı kurumlarımızın hızlı ve kolay bir şekilde teklif/poliçe işlemlerini yapabileceği "Kolay Ekran"ı geliştirdik. Bu sayede aracı kurumlarımızın şirketimizin stratejik ürünü olan KOBİ segmentinde hızlı ve kolay bir şekilde üretim yapmasını hedefliyoruz.

Biraz da dijitalleşme çalışmalarınızdan bahseder misiniz?

Dijitalleşmeyi bütünde "dijital transformasyon" başlığı altında birçok alana yönelik değerlendiriyoruz. Özünde müşteri odaklı yaklaşım benimsediğimiz pazarlamadan müşterilerimize ve acentelerimize doğrudan hizmet verdiğimiz operasyonlara kadar, kısacası müşterimize ve iş ortaklarımıza dokunduğumuz



her noktada aslında neyi, nasıl iyileştirir ve kolaylaştırırız düşüncesiyle kendimizi geliştirmeye çalışıyoruz. Dijitalleşmeye yatırım yaparken nasıl ilerlediğimizi takip etmek için de ölçümlemeye büyük önem veriyoruz. Her yılın başında belirlenen çeşitli başlıklarda "dijital olgunluk seviyemizi" (DMI) tespit ediyoruz. Sonra bu başlıklarda yıl içinde yapmayı planladığımız projeleri değerlendirerek bunların mevcut duruma nasıl bir katkı sağlayacağına bakıyoruz. Teknik altyapımızı da bu doğrultuda sürekli iyileştiriyoruz. Dijital dönüşümün müşteri tarafında, müşterilerimizin self servis işlem yapabilmesini kolaylaştırıyor, ihtiyaçlarını hizmet almayı diledikleri noktada karşılamayı hedefliyoruz. MAPFRE Go uygulamamız bu hedefle müşterilerimizle buluşturduğumuz hizmetlerden biri. Mobil uygulama olarak da sigortalılarımızın hizmetine sunduğumuz MAPFRE Go ile sigortacılık işlemleri tek tık ile çağrı merkezini aramaya ihtiyaç duymadan 7/24 gerçekleştirilebiliyor. Web sitemiz ve Facebook üzerinden ulaşılabilen chatbot'umuz Maffi yardımıyla trafik ve seyahat sağlık sigortası teklifi verilebiliyor. Ayrıca kasko, sağlık, DASK gibi birçok farklı ürün ve hizmetlerimizle teminatlar hakkında genel bilgi sunabiliyoruz. Geliştirdiğimiz dijital projelerle iş ortaklarımızı da farklılaştırmaya çalışıyoruz. MAPFRE Sigorta Acente Portalı (MAP) da bu kapsamda geliştirdiğimiz hizmetlerden biri. MAPFRE Sigorta olarak şu an aktif olarak yaklaşık 10 süreçte robotik çözümleri kullanıyoruz. Hasar, tahsilat, muhasebe gibi farklı departmanların süreçleri üzerinde çalışırken halen yenileme tekliflerinin otomatik yaratılması, borç takibi gibi süreçlerin de otomatize edilmesiyle ilgili çalışmalarımız devam ediyor.



Proaktif sigortacılık dönemine hazır olun!

SFS Yazılım'ın düzenlediği "Geleceğin sigorta trendleri ve InsurTech" sohbetlerinin ilk konuğu AcnTurk Genel Müdürü Murat Dişçi oldu...

SFS Yazılım ve Danışmanlık'ın başlattığı "Geleceğin sigorta trendleri ve InsurTech" sohbet buluşmalarının ilk konuğu AcnTurk Genel Müdürü Murat Dişçi oldu. SFS Yazılım ve Danışmanlık Genel Müdürü Murat Atıcı'nın ev sahipliğinde, dijital değişim ve dönüşümün sigorta sektörüne etkileri masaya yatırıldı.

Açılış konuşmasını yapan Atıcı, dijital dönüşümün sektörü büyüteceğini belirterek, "Şu anda dünya sigortacılık sektöründe 100 milyar dolar civarında olan dijital yatırım tutarının 2026'ya kadar 170 milyar dolara ulaşacağı tahmin ediliyor" dedi.

Önümüzdeki dönemde sigorta sektöründe küresel düzeyde önemli yapay zeka yatırımlarının hayata geçeceğini öngören Atıcı, SFS'nin de bu yönde çalışmalara hız verdiğini vurguladı.

"YAPAY ZEKA DESTEĞİYLE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ARTACAK"

Geçen yıl TÜBİTAK TEYDEB desteğiyle geliştirmeye başladıkları yapay zeka bazı sigortacılık uygulamalarını aşama aşama devreye aldıklarını kaydeden Atıcı, sektörden örnekler vererek sözlerini şöyle sürdürdü:

"Sanal asistanlar, süreç otomasyonu, risk tahmini, fiyatlama, sahteciliğin önlenmesi, mevcut müşterilerde yeni öneriler oluşturma gibi birçok konuda yapay zeka çözümleri artan bir şekilde kullanılıyor. Bu çözümlerin müşteri memnuniyetinin artmasında önemli etkileri olacak. Örneğin sektörde sıklıkla kullanılan sanal asistanlar, müşteriye tanıyarak ona sigorta yolculuğunun her aşamasında destek olabiliyor. Üstelik bu süreçlerin büyük bir kısmında diyalogları tek başına yürütüp sonlandırabiliyorlar. Dolayısıyla hem şirketin müşteri memnuniyeti sağlamasını hem de çalışanların basit ve standart süreçler yerine daha katma değerli alanlara konumlandırılmalarını sağlıyorlar. Nesnelerin interneti, yapay zeka, blokzinciri, büyük veri ve 5G ile birlikte teknoloji kullanımı çok farklı bir boyuta evrilecek. 'Proaktif sigortacılık' olarak adlandırabileceğimiz farklı bir yöne gidiyoruz. Sigorta şirketleri, geliştirecekleri ürün ve hizmetlerle hasarların önceden



tahminleyerek önlenmesi için müşterilerine destek vererek sektöre, sigortalılara ve ülke ekonomisine katkı sağlayacak."

BÜTÇENİN YÜZDE 35'İ TEKNOLOJİYE...

AcnTurk Sigorta Genel Müdürü Murat Dişçi de şeffaf ve doğru bir iletişim kurma stratejisiyle ilerlediklerini, teknoloji destekli hizmet platformu kurma aşamasında SFS'den destek aldıklarını aktardı. Sigorta sektörünün sorun yaratan algısını kırmayı gerektiğini dile getiren Dişçi, özetle şu değerlendirmeyi yaptı:

"Hizmet odaklı bir şirket olarak bizden talep edilen hizmete göre çözümler üretiyoruz. Müşteri dostu, yenilikçi, gerçek ve samimi bir şirketiz. Bir anlamda acentenin kendisiyiz. Üreteceğimiz hizmetlerle acentelerin sektöre katkısını artırmak istiyoruz. Şirketimizin ilkesi olan açık iletişim ile sektörde müşteri odaklı değişimi acentelerle birlikte sağlayacağız. Müşteriye değer önerisi geliştirirken teknolojiyi etkin kullanacağız. Bu alanda önemli patent çalışmalarımız var. Bütçemizin yüzde 35'ini teknoloji geliştirmeye ayırıyoruz."



AXA SİGORTA

Evim Sigortası
Lüks Evim Sigortası

Kendinizi hep güvende hissetmek için AXA Konut Sigortaları ile evinizi, eşyalarınızı ve yazlığınızı güvenceye alın, kiracı ya da ev sahibi olmanız fark etmeden geniş teminatlardan faydalanın.

Yuvanız koruma altında



Kare kodu okutarak
konut ürünlerimizle ilgili
detaylı bilgi edinebilirsiniz.



axasigorta.com.tr · AXA Sigorta Acenteleri

Günde
₺1'den
başlayan
fiyatlarla

SİGORTACILIĞIN GELECEĞİ İÇİN SIRADA NE VAR



**Sigorta Sektörünün Geleceğinde
Sırada Ne Var?**

23 Haziran 2022 | 14.45 - İş Sanat Kültür Merkezi

Panel: InsurTech'ler fırsat mı tehdit mi?



Ertuğrul BUL
Smart-i Awards Jüri Üyesi ve
Fiona Teknoloji Danışmanlık Kurulu Üyesi



Mehmet ABACI
Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı



Bora ULUDÜZ
Sigortam.net CEO'su



Orhan FİDANCI
İSAD Yönetim Kurulu Üyesi

Panel: Risk azaltıp kazanç artıran iş ortaklıkları



Burak KUTLU
Payten Türkiye Ülke Lideri ve
Türkiye CEO'su



Hasan Emre ÖZGÜR
Finexis CEO'su



Necati YAVAŞ
Finexis Satış & İş Geliştirme Direktörü



Ünal ÜNALDI
RS Otomotiv Grubu Yönetim Kurulu Başkanı

**smart-i
awards**

Türkiye sigorta sektörünün inovasyona dayalı ilk ve tek ödül programı Smart-i Awards'ın kazananları önceki ay açıklanmıştı. 23 Haziran'da İş Sanat Kültür Merkezi'nde düzenlenen ödül töreni, sektörün geleceğine ışık tutacak önemli bir panele de ev sahipliği yapmıştı...

“Sigorta Sektörünün Geleceğinde Sırada Ne Var?” temasıyla düzenlenen panelin ilk oturumunun konusu “InsurTech’ler fırsat mı tehdit mi?” oldu. Fiona Teknoloji ve Danışmanlık Kurucu Ortağı Ertuğrul Bul’un moderatörlüğünde yapılan panelin konuşmacıları arasında Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Abacı, Sigortam.net CEO’su Bora Uludüz ve İstanbul Sigorta Acenteleri Derneği (İSAD) Yönetim Kurulu Üyesi Orhan Fıdancı yer aldı.

Birinci oturumda dijitalleşme; blokzinciri (blockchain), ya-

pay zeka, makine öğrenimi gibi yeni teknolojiler, yeni oluşumların sigortacılığın geleceğini nasıl şekillendireceği ele alınırken, InsurTech’lerin konumu masaya yatırıldı.

Panelin ikinci oturumu ise “Risk azaltıp kazanç artıran iş ortaklıkları” başlığı altında Payten Türkiye Ülke Lideri ve Paratika CEO’su Burak Kutlu moderatörlüğünde yapıldı.

Enqura Ticari Faaliyetlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Hasan Emre Özgür, Finexis Satış & İş Geliştirme Direktörü Necati Yavaş ve RS Otomotiv Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Ünal Ünalı’nın konuşmacı olarak katılacağı oturumda; yeni teknolojiler ve hızlanan dijitalleşmenin sigorta şirketlerinin dışarıdan hizmet alımını, iş birliklerini ve iş ortaklıklarını nasıl etkilediği tartışıldı. Şirketlerin sunduğu ürün ve hizmetlerin yanı sıra plan ve hedeflerinden de bahsedildi...

INSURTECH'LER FIRSAT MI TEHDİT Mİ?

Dijitalleşme; blokzinciri (blockchain), yapay zeka, makine öğrenimi gibi yeni teknolojiler, yenilikler, yeni oluşumlar sigortacılığın geleceğini nasıl şekillendirecek? Bu noktada InsurTech'ler sektör için risk mi fırsat mı?

“Z kuşağına ulaşabilmek için dijitalleşme olmazsa olmaz”



ERTUĞRUL BUL

Fiona Teknoloji ve Danışmanlık Kurucu Ortağı

Günlük hayatta bazen ağaçlara bakmaktan ormanı görmeyebiliyoruz. Dünya nüfusunda çok önemli değişimlerin olduğu bir dönem yaşıyoruz. 1946-1965 yılları arasında, hemen 2. Dünya Savaşı'nın bitimiyle başlayan “baby boomers” denilen ve şu anda dünya nüfusunda en kalabalık sayıya sahip kuşak emekli oluyor veya bir şekilde iş hayatından çekiliyor. Yerlerini, 1996-2012 döneminde doğan ve sayıları daha az olan Z kuşağı temsilcileri alıyor. Bu değişim iş hayatını farklı açılardan etkiliyor. Öncelikle iş gücü açığının ortaya çıkıyor. Ki sadece ABD’de bu yıldan başlayarak yılda 400 bin işgücü açığına sebep olacak, 2034’te ise 900

bin kişiye ulaşacak bu açıktan söz ediyoruz.

Bir diğeri ise Z Kuşağının tüketim alışkanlıkları dramatik olarak farklı. Örneğin, 24 yaşın altındakilerin yüzde 39’u haberleri sosyal medyadan takip ediyor. Daha da ilginç, 18-24 yaş arasındaki kişilerin yüzde 15’i haberleri Tik-Tok’tan takip ediyor. (Kaynak: McKinsey Co. Mind the Gap)

Peki tüketici kitlesinin böylesi radikal değiştiği bir pazarda sigorta sektörünün geleneksel yollarla satışa devam edebilme imkanı var mı? Elbette yok. Sektördeki tüm oyuncuların kendi stratejileri ve kaynakları paralelinde dijitalleşmesi elzem. Aksi takdirde işlerini devam ettirmeleri bugün olmasa bile gelecek 10-20 yılda mümkün olmayacaktır. Gelişmelere bu açıdan bakıp hazır olduğuna sürece InsurTech’ler sektör için fırsattır.

“Sigorta şirketlerinin otonom robot müşterileri de olacak”



MEHMET ABACI **Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı**

Teknolojideki hızlı gelişmeler, sigorta ve diğer tüm sektörleri hızlı bir değişime zorluyor. Sunucuların, kişisel bilgisayarların ve en önemlisi mobil cihazların işlemci güçlerinin hızlanmasıyla yapay zekâda hızlı gelişmeler yaşanıyor. Özellikle doğal dil işleme, sanal asistan ve chatbot konularında ciddi gelişmeler var. Bir sunucu gücünde mobil işlemciden bahsediyoruz neredeyse... Bu işlemci gücü pek çok kurumsal uygulamayı çalıştırmak için yeterli diye düşünüyorum.

Alexa, Siri, Google Assistant gibi sanal asistanların artık bizim için pek çok işlemi yapacağı bir döneme doğru giriyoruz. Alexa gibi sanal asistanlar “Think Customer” veya “Machine Customer” diye isimlendiriliyor. Ben bunları Türkçeye “otonom robot müşteriler” diye çevirdim. Yani yakın gelecekte sigorta şirketlerinin otonom robot müşterileri de olacak.

Otonom robot asistanlarımızın, biz onlara söylemeden evimizdeki cihazlarla konuşarak ihtiyaçları öğrenip bizden habersiz siparişi vereceği günler çok uzakta değil. Otonom iş modeli, otonom sanal asistanlar sayesinde birkaç yıl içinde ciddi bir patlama yapacak. 2030’a geldiğimizde otonom iş modelinin yılda 1 milyar adetten fazla sipariş vereceği ve küresel ticarete 160 trilyon dolardan fazla ek hacim yaratacağı tahmin ediliyor.

Yapay zekâdaki gelişmelerin blokzincirini de etkileyeceğini, yapay zekâ (AI) ve nesnelerin interneti (IoT) gibi teknolojilerle bir arada kullanılan yeni gelişmiş blokzinciri çözümlerini göreceğimizi düşünüyorum.

Tüm bu yeni teknolojileri iyi kullanan, hızlı hareket edebilen küçük girişimler, InsurTech’ler, FinTek’ler bizim gibi köklü sigorta şirketlerini hızlı bir değişime zorlarken, rekabeti artıracak. Verinin daha etkin kullanımı sayesinde müşteriye sunulan ürünler de değişerek, hizmet kalitesi artacak. Veriye dayalı, daha müşteri odaklı ürünler geliştireceğiz.

“Sigortada dijitalin payı yüzde 8-10 arasında”



BORA ULUDÜZ **Sigortam.net CEO'su**

Türkiye'nin lider InsurTech markası olarak, ülkemizde sigortacılık ekosistemini büyütecek ve global sigorta pastasından aldığımız payı artıracak alanın InsurTech olduğuna inanıyoruz. Her ne kadar bu yıl fiyat baskısı, yüksek enflasyon, mali gelirlerin azalması gibi faktörler nedeniyle sadece Türkiye'de değil tüm dünyada FinTek ve InsurTech ekosisteminde dalgalanmalar yaşansa da burada yüksek potansiyel ve hızlı bir büyüme var.

Sigorta birçok sektöre göre daha karmaşık ve anlaşılması zor bir sektör. Ürünler biraz daha kompleks ve içeriği oldukça zengin. İnsanların içeriği doğru bir biçimde anlayarak, kendilerine uygun tercihler yapmaları çok değerli. Bu noktada InsurTech kilit bir rol oynuyor. Teknoloji şirketleri hizmetlerin daha hızlı, daha kolay ve daha ucuz olması için inovatif adımlar atarken, sigorta dünyasında da InsurTech'ler bu üç başlık et-

rafında değer yaratmaya çalışıyor. Ülkemizin InsurTech bayrağını taşıyan markası olarak, bu alanda rekabetin daha da fazla olması gerektiğine inanıyoruz. Çünkü burada müşteri için sağlanabilecek çok fazla fayda var. Bu alanda daha fazla yatırım gelmesi konusunda hem istekliyiz hem de ümitliyiz.

Sigorta, büyük bir ekosistem ve dijitalleşmeyle birlikte sigortacılık ekosistemi de büyüyecek. Sigorta şirketlerinden brokerlere, acentelerden diğer dağıtım kanallarına, asistans şirketlerden servislere hepimiz bu ekosistemin birer parçasıyız. Türkiye'de şu anda sigortacılık penetrasyonunun gayri safi milli hasılaya oranı yüzde 2 seviyelerindeyken, sigortacılık açısından dijitalleşme yüzde 8-10 arasında bir orana sahip. Öte yandan ülkemiz oldukça genç bir nüfusa sahip ve dijitalleşme oranı da oldukça yüksek. Öncelikli hedefimiz Türkiye'deki sigorta bilincini yükseltmek, sektöre olan güveni artırmak ve bu vesileyle penetrasyonu yukarıya taşımak olmalı. Bunu ekosistemdeki hiçbir oyuncu tek başına başaramaz, birlikte bir çabayla ancak mümkün olur.

“5-10 yıl sonra eski sisteme dönülür”

ORHAN FİDANCI
İSAD Yönetim Kurulu Üyesi

Sigortacılıkta dijitalleşmenin diğer sektörlerdeki gibi hızlı ve kolay olacağını düşünmüyorum. Hatta uzun soluk olacağını da düşünmüyorum.

Neden? Çünkü diğer sektörlerde bir malın alım-satımı somut olarak yapılırken, sigortacılıkta ileriye yönelik yaşanacak bir mağduriyetin güvencesini anlatan sayfalar dolusu kağıt satılıyor. Sizlerin de bildiği gibi, en küçük bir konut poliçesi 20-25 sayfadan oluşuyor. Bu poliçenin içeriğinde önemli birçok ayrıntıyı açıklayan maddeler var. Sizce bu sayfalarda anlatılan çok önemli bilgilerin tümünü sigortalılar okuyor mu? Hayır. O zaman da şu soru akla geliyor: Sigortalılarımız, içeriğini bilmeden mi sigorta poliçesi alıyor? Yine hayır.

Sigortacılıkta, müşterinin ne istediğini tam olarak anlamadan ve müşteriye güven vermeden ona sigorta yapamazsınız. Çünkü bizim kültürümüzde güven çok önemlidir. Bizim geleneklerimizde dokunmak vardır, kucaklaşmak vardır. Günümüzde de bu samimiyet ve güven ortamını acenteler sağlıyor. Acenteler, uzun vadede müşteri kazanmak için onlarla seviyeli bir dostluk ilişkisi kurabiliyor. Bunun sonucunda sigortalı, poliçesini yaptırırken, mağduriyet yaşadığında acentesinin kendi haklarını koruduğuna ve arkasında durduğuna inanmak isteyecektir. Dijital ortamda bu güven ilişkisi maalesef kurulamıyor. Yapay zekanın ürettiği mekanik bir sekreter sesi ne kadar güven verici olabilir ki? Dijital ortamda poliçe yapılabilir ama poliçe hasar anında belli olur. Sigortalının hasarda mağdur kalması, sigortaya güveni kaybettirir hem de memnuniyetsizliği meydana getirir. Günümüzde bile dijital ortamda kesilen birçok poliçelerde hataların olduğu sigortalı mağduriyetinin yaşandığını görüyoruz. Diğer bir konu da eğer amaç sadece dijital ortamda sadece trafik ve kasko poliçesi kesmekse belki olabilir. Ama sigortacılık sadece trafik ve kaskodan ibaret olmadığına göre mühendislik, sağlık, sorumluluk, endüstriyel sigortaları gibi özel poliçeler nasıl bir titizlikle hazırlanacak ve dijital ortamda nasıl satılacak? Konuya daha geniş açıdan bakmak gerekir. Bu yüzden, sigortacılık dijitalleşse bile 5-10 yıl sonra eski sisteme dönüleceğini düşünüyorum.

“InsurTech’ler sektör için risk mi fırsat mı” sorusuna gelince... Sigorta şirketlerinin ve büyük holding menşeli acentelerin teknoloji dönüşümleri için büyük altyapı çalışması ve büyük yatırımların yapılması gerektiğini biliyoruz. Yapabilirler mi evet yapabilirler. Türkiye genelindeki yaklaşık 18 bin acente bunun neresinde olacak? Pek çok acentenin daha doğru



dürtüst bir web sayfası bile yokken... Dijitalleşme sadece web sayfasından ibaret olmadığına ve böyle büyük bir altyapı ve yatırım yapmaya da acentelerin gücünün yetmeyeceğine göre, sigorta şirketlerinin böyle bir çalışmayı yaparken acentelerini de sisteme dahil etmeleri, stratejilerine acenteleri de eklemeleri gerekiyor. Her ne kadar dijitalleşmeyle rekabet gücünü artırmak ve daha çok müşteriye ulaşmak hedefleniyorsa da acentenin olmadığı bir yerde müşteri güvensizliği ve memnuniyetsizliği oluşacaktır. Bu da InsurTech girişimleri için risktir.

Şirketiniz, kuruluşunuz bu geleceğe nasıl hazırlanıyor?
Planlarınızı, hedeflerinizi anlatabilir misiniz?



ERTUĞRUL BUL

Fiona Teknoloji ve Danışmanlık Kurucu Ortağı

“Acentelerin çağa ayak uydurması gerekiyor”



Özellikle acente dağıtım kanallarının dijitalleşme yarışından kopmaması, kaynakları ve müşteri portföyleri kapsamında gelişmelerin içinde yer alması önemli. Daha büyük oluşumlarla birlikte veya önderlik edecek platformların içerisinde çağa ayak uydurmaları gerekiyor. Fiona Teknoloji ve Danışmanlık olarak biz de bu konunun liderlerinden biri olmayı hedefliyoruz.

MEHMET ABACI

Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı

“Sigortada ‘aylık abonelik’ modeline geçilebilir”



Şirketimizin tüm uygulamalarını modernize ediyoruz. Müşterilerimiz ve iş ortaklarımız için pek çok dijital hizmeti de geçtiğimiz dönemlerde geliştirdik. Dijital bir teknoloji şirketi olmak için ciddi yatırımlar yaptık ve yapmaya da devam edeceğiz.

Doğal dil işlemenin kazandıracığı otonom robot müşterilerle platform iş modeli daha çok kullanılacak, müşterilerin sigorta ihtiyaçları da dahil pek çok ihtiyacı bu platformlar üzerinden karşılanacak.

Salgın sonrasında adeta patlama yaşayan platform iş modelinin 2-3 yıl içinde daha da artması bekleniyor.

Bu platformlara entegre olabilmemiz için açık bankacılık ve açık sigortacılık uygulamalarının önemi daha da artacak. Geliştirdiğimiz yaklaşık 160 kadar açık sigortacılık servisi/API'si her gün 320 kadar iş ortağımız tarafından günde 3.7 milyon kez kullanılıyor.

Yapay zekayı etkin kullanarak geliştirdiğimiz uygulamalarla müşterilerimize daha iyi hizmetler sunuyoruz. Yapay zeka yetkinliklerimizi ve bu alanda çalışan sayımızı artırıyoruz. Veriyi bilgiye çevirerek analitik çözümler geliştiren ekibimizi de büyütüyoruz.

Teknolojideki bu değişim, son derece dinamik, kullanıma da-

yahı ve bireysel tüketicilerin davranışına göre uyarlanmış sigorta ürünlerinin çoğalmasını da sağlayacak. Kullanım bazlı ve kişiselleştirilmiş bu yeni ürünler, bireyin davranışlarına sürekli uyum sağladığından, sigorta satın alma ve yıllık yenilemeden "aylık abonelik" modeline geçilebilecek. Üstelik ürünler, tüketicilerin ihtiyaçlarına göre özelleştirebilecekleri telefon bataryası sigortası, uçuş gecikme sigortası, çamaşır makinesi sigortası gibi mikro teminatlara ayrılabilecek. Böylece sigorta okuryazarlığı da yaygınlaşacak, kullanım bazlı sigorta ürünlerinin her alanda artması da kaçınılmaz olacak.

BORA ULUDÜZ
Sigortam.net CEO'su

"Çağrılarının yüzde 98.3'ünü 3 saniyenin altında cevapladık"



Sigortam.net olarak büyük bir hedefle yola çıktık. Müşterilerimize daha iyi hizmet sunmak için teknolojik gelişmeler paralelinde kendimizi yenilemek ve müşterilerimizin yanında olmak istiyoruz. Bu çerçevede dijitalleşme ve teknoloji, bizim için üzerine sadece stratejiler kurduğumuz iki ana konu başlığı değil, aynı zamanda şirketimizin en önemli iki yapı taşı ve iş modelimizin kalbinde yer alan en önemli unsurlar. Dijitalleşmenin en temel

yapı taşı ise veri. Veri zenginleştikçe yeni fırsatlar, ürünler, iş modelleri ortaya çıkacak. Bunu görüyor ve geleceğe dönük tüm adımlarımızı bunun ışığında atıyoruz. Dijitalleşmeyle birlikte insan sıcaklığı ve bilgi birikimini en iyi şekilde harmanla-

mak gerektiğine inanıyoruz. Dijital hizmetimizin yanı sıra çok büyük bir çağrı merkeziyle hizmet veriyoruz. Çağrı merkezi ekiplerimizi eğitirken ve yönlendirirken öncelikli olarak satışa değil müşteri hizmetimizi doğru şekilde yönlendirmeye odaklanıyoruz. Bu doğrultuda da çağrı merkezi ekibimizin ismini "Sigorta Danışmanlığı" olarak değiştirdik. Sigorta gibi bir sektörde hasar anı müşterilerimiz için en kritik deneyimlerden biri. Mart ayından itibaren müşterilerimize "3 saniyede hasar hattına ulaşabilirsiniz" şeklinde bir taahhütte bulunmaya başladık. Haziran ayında hasar hattı ekibimize gelen çağrılarının yüzde 98.3'ünü 3 saniye altında gibi oldukça kısa bir sürede cevapladık.

"Müşterinin Şampiyonu" olmak vizyonuyla bu yıl baştan aşağıya bir dönüşüm geçirdik. Tüm altyapımızı ve marka kimliğimizi müşteriye merkeze alan bir yaklaşımla dönüştürdük. Teknoloji ve insan kaynağımıza ciddi bir yatırım yaptık ve yapmaya da devam ediyoruz. Sektörde 22 yıldır öncü adımlar atan bir şirket olarak bu yenilenme sürecinde de ülkemizde dijital sigortacılıkta bir ilke imza atarak, yapay zekâ algoritmalarıyla müşterilerimize düşük fiyat, geniş kapsam ve fiyat-performans dengesi açısından üç alternatifli şeffaf bir yönlendirme sunmaya başladık. Danışman kimliğimizle 22 farklı sigorta şirketinin ilgili ürününü içinde müşterilerimiz için doğru ve ihtiyacına en uygun alternatifleri sunuyoruz. İlerleyen aşamalarda teknolojinin faydasıyla daha kişiselleşmiş, daha gelişmiş ürünler sunmayı hedefliyoruz. Örneğin, "kullandığın kadar ödeme", "kullanım alışkanlıklarına göre fiyatlandırma" gibi...

ORHAN FİDANCI
İSAD Yönetim Kurulu Üyesi

"Şirketlerimizden altyapı ve teknoloji desteği bekliyoruz"

Sigortalılarımıza daha hızlı hizmet verebilmek için özel programlar kullanıyoruz. Web sayfamızı devamlı güncelliyor, sosyal medyayı sık kullanıyoruz. Günün her saatinde sigortalılarımıza hizmet verebilmek için uzaktan bağlanma gibi teknolojilerden yararlanıyoruz.



başımıza maalesef yapamamamız.

Fakat orta ölçekli bir acen-te olduğumuz için bugün sadece bununla yetinmeye çalışıyoruz. Çünkü her bir teknoloji altyapı ve yatırım demek. Bu şartları bu ekonomik koşullarda yeterince sağlayamıyoruz. Bu doğrultuda önümüzdeki dönemde, izinde çalıştığımız sigorta şirketlerimizin bizi desteklemesini, yönlendirmesini ve bizlere danışmanlık yapmasını bekliyoruz. Çünkü biz acenteler olarak dijitalleşmeyi tek

RİSK AZALTIP KAZANÇ ARTIRAN İŞ ORTAKLIKLARI

Yeni teknolojiler ve hızlanan dijitalleşme, sigorta şirketlerinin dışarıdan hizmet alımlarını, iş birliklerini ve iş ortaklıklarını nasıl etkiliyor? InsurTech girişimlerinin bu bağlamdaki rolü ve konumunu değerlendirebilir misiniz?

“Hız ile güvenlik bir arada sunulabilmeli”



BURAK KUTLU Payten Türkiye Ülke Lideri ve Paratika CEO'su

InsurTech, FinTek ve RegTech firmalarının bir araya gelerek oluşturduğu ekosistemde hız en önemli faktörlerden biri haline geldi. Bu noktada yapılan iş birlikleri, sigorta firmalarının paydaşlarına hız ile birlikte güvenliği de bir arada sunabilmelerini sağlamalı. Sigorta poliçeleri düzenlenirken; ödeme ta-

rafında müşteri bilgilerini gözeten, sahtekarlığa karşı gerçek zamanlı ve yapay zeka destekli etkin önlemler sunan hızlı ve güvenli çözümler ön plana çıkıyor. Ödemeler konusunda yüksek altyapı yatırımlarının yükü altına girmeden, FinTek'lerle iş birliği halinde güvenli ortamda kart saklama, tekrarlayan ödemeleri alma ya da linkle ödeme alma gibi işlemler hızlı ve güvenli şekilde yapılabilir. Özellikle acenteler açısından güvenli ortamda linkle ödeme alma büyük kolaylık sağlayabiliyor.

“FinTek bankacılar için neyse, InsurTech de sigortacılar için aynısı olacak”

HASAN EMRE ÖZGÜR

Enqura Ticari Faaliyetlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

Sigorta şirketlerinin de iş yapış şekilleri değişiyor. Özellikle bireysel sigortacılık dünyasında, insanların hasara uğrayınca poliçe yaptırma alışkanlığını değiştirecek şekilde olası riskler konusunda farkındalığı artıran, ihtiyaca inandıran ve güveneyi uygun koşullarla hızlı bir şekilde sunan proaktif bir satış kültürü yaygınlaşıyor. Sigorta firmaları ile perakendecilerin yaptığı iş birliklerini buna örnek olarak gösterebiliriz. Cep telefonlarıyla başlayan bu cihaz sigortası ürünleri TV, tablet, PC gibi özellikle teknoloji ürünleri için satın alma aşamasında “bundle” olarak sunuluyor. Fiziksel alışverişlerde mağaza içinde bir tableten talepte bulunarak ya da e-ticaret sitesinde alışverişinizde tek tıkla cihaz sigortasını sepetinize ekleyip satın alabiliyorsunuz. Kasko, konut, DASK, sağlık gibi daha klasik ürünleri hala acenteler üzerinden yıllardır alışık olduğunuz temsilcinizden satın almayı tercih ediyor olabilirsiniz ama bu tarz yenilikçi sigorta ürünlerini dijital bir kanaldan satın alıyoruz. Böyle bir kurguda sigorta şirketi, perakendeciyle iş ortaklığı yapıyor, ayrıca kurgu içinde bir entegratör de yer alabiliyor. Mobil bir uygulamaya üzerinden size cep kaskosu teklif edildiğine ya da entegratör firmanın mağazadaki arayüzünden satın aldığınız ürüne koruma paketi sunulduğuna şahit olmuşsunuzdur...

InsurTech girişimlerini, yeni nesil sigortacılık anlayışında mobil uygulamalar üzerinden inovatif ürünler sunan ve klasik acentecilik yapısı ile geleneksel sigorta şirketlerine “disruptive” (yıkıcı yaratıcı) bir etki yapmasını beklediğim yapılar olarak görüyorum. Yapay zeka, makine öğrenmesi gibi teknolojiler kullanıyorlar, big data analizleri yapıyorlar, kişiselleştirilmiş ürün ve teklifler oluşturabiliyorlar.

Az önce bahsettiğim bir perakendeci sigortacı iş birliğinde, bu iş birliğini mümkün kılan ve iki yapının entegre çalışmasını, bundle teklifler üretmesini sağlayan dijital platformu geliştirebilirler. Örneğin hız sınırını aşmayan bir sürücüye indirimli kasko ya da her gün spor yapan birine indirimli sağlık sigortası da sunabilirler. Bu datayı edinmek için yazılım ya da donanımlarla sizi izlemeyi ve kişisel verilerinizi işlemeyi talep edebilirler. Ya da 1 haftalık Amsterdam seyahatiniz için elektronik eşyalarınızı tatil boyunca çalınma ve kırılmaya karşı sigortalamayı teklif edebilirler. Evcil hayvanınızı telefonunuzdan takip etmenizi sağlayan bir uygulama ile bağlı bir sağlık sigortasını petshop'unuzda size satabilirler.

Kısacası günlük hayata daha çok girmeye çalışıyor, müşteri-



riyle etkileşim sıklığını artırmak için farklı yöntemler kullanıyorlar. Her gün yaşantımızda olan büyük küçük birçok risk hakkında farkındalığımızı artırıyor ve güveneyi önümüze kadar getiriyorlar. FinTek'ler bankalar için ne anlam ifade ediyorsa, InsurTechler de sigorta şirketleri için aynı yere oturacak. Önce korku ve kaçınma, sonra kabullenme ve iş birliği, sonra InsurTech'e dönüşüm çabası... Burada da sigorta şirketlerini InsurTech'e dönüştürecek ürün ve çözümleri sunan teknoloji firmaları öne çıkacak.

“Finansal suçlara karşı doğru iş birlikleri önemli”

NECATİ YAVAŞ

Fineksus Satış & İş Geliştirme Direktörü

Bilgi teknolojilerinde gelişmeler ve salgın sürecinin de etkisiyle hem finansal kuruluşlar hem de sigorta şirketlerinde dijitalleşmenin arttığını gözlemliyoruz. Dijitalleşmenin artmasıyla birlikte banka ve sigorta şirketleri gibi finansal kuruluşlar, inovatif ve rekabetçi çözümler sunmak için kendi alanında uzman teknoloji şirketleriyle iş birlikleri geliştirme eğilimi içinde. Bu iş birliğine giden süreçte de finansal dünyada FinTek, RegTech ve InsurTech ekosistemlerinin ortaya çıktığına hep birlikte tanıklık ediyoruz.

Mobil kullanımın artması, değişen müşteri profili ve buna bağlı olarak değişen müşteri davranışları, sektörü dönüştürdüğü gibi yeni riskleri de beraberinde getiriyor. Sigorta şirketlerinin kendi alanında uzman teknoloji firmalarını tercih etmeleri, hem uzun vadede müşteri memnuniyeti kazanımı açısından prestij ve kârlılığı artırmada hem de sanal dolandırıcılığın eş zamanlı olarak arttığı bu dijital çağda finansal kuruluşların risklerini azaltmada fayda sağlıyor.

Sektör özelinde değerlendirecek olursak... Sigorta poliçeleri, özellikle sanal dolandırıcılık ve kara para aklanması gibi finansal suçlarda başvurulan finansal enstrümanlardan biri. Finansal dolandırıcılık ya da kara para aklanması sonucu elde edilen suç gelirleri, bu tarz enstrümanlarla finansal ekosistemine dahil edilmeye çalışılıyor. Bu da sigorta şirketlerinin riskini artırıyor ve yasal olmayan yoldan elde edilen finansal gelirin sisteme dahil edilmesine yol açıyor. Dolayısıyla sigorta şirketleri de en az bankalar, FinTek'ler ve diğer finansal kuruluşlar kadar suç gelirlerine karşı risk altındalar.

Sigorta şirketleri, bu riskleri önlemek ve sağlıklı bir şekilde yönetmek için ABD ve Avrupa Birliği dahil olmak üzere birçok ülkede AML (anti money laundering – kara paranın önlenmesi) regülasyonlarına tabi tutuluyor. Ülkemizde de MASAK tarafından belirlenen AML regülasyonlarında, sigorta şirketlerinin de gerekli önlemleri alması bekleniyor.

Yapay zeka destekli “müşterini tanı” (KYC), kara liste sorgulama ve şüpheli işlem izleme yazılımları sayesinde sigorta şirketleri, bu gereklilikleri risklerini minimize ederek yerine getirebiliyor. Bu noktada yazılım tedarikçisi seçimi önemli unsurlardan biri. Çünkü AML ve şüpheli işlemlerin analizi konusunda uzman ve KVKK/GDPR kavramlarını uygulamaya almış bir yazılım firmasıyla çalışmak, hem ilgili sigorta



şirketinin en önemli verisi olan müşteri bilgisini muhafaza etmesi hem de kesintisiz hizmet alabileceği ve operasyonel yükünü azaltabileceği iş birlikleri yapması açısından çok önemli. Bu anlamda, ilgili iş ortağının hizmet sunduğu pazarda uzun vadede aktif olması ve küresel ihtiyaçlara cevap verebilecek seviyede teknolojiler kullanması önemli bir unsur.

“InsurTech satış sonrası hizmetler kavramıyla tanışmaya hazır olun”



ÜNAL ÜNALDI **RS Otomotiv Grubu Yönetim Kurulu Başkanı**

Günümüz dünyasında artık herkes kendi uzman olduğu alanda InsurTech'e yatırım yapıyor. Biz de satış sonrası hizmetler kökenli bir girişimci olduğumuz için InsurTech girişimlerimizi genelde bu alanda konumlandık. Müşteri deneyimi konuşulurken bizler de “müşterinin ihtiyacına” odaklanıyoruz. Genelde InsurTech'ler ya satış odaklı ya riski hesaplama odaklı. Satış sonrası hizmetler tarafı ise biraz boşta kalıyor. Niçin? Çünkü hep müşteri dokunulmasını istemiş, fiziki temas istemiş, ziyaret istemiş, telefon araması istemiş. Artık müşterimiz de dijital ortamda hizmet istiyor. Çok basit dokunuşlar bile hayatımızı değiştirebilir. Bu doğrultuda iki InsurTech girişimi yaptık.

Henüz yolun başında olan “garantiliotoservis.com” girişimimiz ile TSE belgeli servisleri bir çatı altında topladık. Amacımız pahalı hale gelen kasko ortamında değer yaratan farklı ürünler geliştirmek. Bunlardan biri de “arıza teminatı”... 10 bin liraya kasko satar, sadece hasarı karşılayacağım dersiniz ve 1 yıl içinde hiç hasar gerçekleşmezse benim karşılaştığım müşteri kitlem daha çok “boşa harcama yaptık” diye bakıyor. Lakin bir arıza teminatı, bugün arızanın da pahalılaşması, yedek parça

fiyatlarının artmasıyla birlikte böyle ihtiyaçlar doğuruyor. Bu ihtiyaç aynı zamanda siz garantiyi, arıza teminatını verdiğiniz zaman, otomobilde ortaya çıkabilecek herhangi bir arızada başvuru yapıldığında, arızanın giderilmesi hasar riskini de azaltıyor. Yani hem yeni bir ürün satarak ekstra bir katkı sağlıyor hem de buradan sağladığımız katkının yanında bir arızayı giderdiğinizde hasar riskinizi azaltıyorsunuz.

Diğer InsurTech girişimimiz ise OtoKonfor. Bu girişim artık canlıya alınacak seviyeye geldi. Satış sonrası hizmetlerde InsurTech nasıl olmalı? Satış veya risk hesaplama hemen her toplantıda konuşuluyor ama hiçbir zaman müşteriye nasıl dokunulabileceği konuşulmuyor. Çok basit bir şey. Şimdi yeni şirketlerimizden Tur Assist tarafında, ikame ve çekici ihtiyacı en çok kullanılan iki hizmet. Bakıyoruz, ikisi de dijital değil. Çağrı merkezleri arıyor ve müşteri “ben aracımı şu servise bıraktım. Onarımı şu kadar sürecek dediler, ikame araç alabilir miyim” diyor. Veya çekici istediğinde yine müşteri temsilcisi arıyor... Yani hem çağrı maliyeti yaratılıyor hem de müşteri bekletiliyor. Biz de o tarafta yine satış sonrası hizmetler tarafından dijitalleştirme için ciddi bir yatırım yaptık. Canlıya aldıktan sonra “InsurTech SSH” (satış sonrası hizmetler) gibi yeni bir kavram ortaya çıkacağını düşünüyorum.

Şirketiniz sigorta sektörüne yönelik hangi ürün ve hizmetleri sunuyor?
Gelecek plan ve hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?



BURAK KUTLU
Payten Türkiye Ülke Lideri ve Paratika CEO'su

**“20 sigorta şirketine
sunduğumuz çözümlerle
sektör lideriyiz”**



Payten olarak bir firmanın online ödeme konusunda tüm ihtiyaçlarını tek ürün, tek entegrasyon ve 7/24 canlı destekle karşılayabiliyoruz. Hemen her sektörden müşterilerimize hizmet veriyoruz ama sigortanın yeri bizde ayrı. 20 sigorta firmasına sunduğumuz ödeme çözümleri ve hizmetlerle bu sektörde lideriz.

Sigorta firmalarının en çok tercih ettiği Merchant Safe Unipay ödeme geçidi çözümümüz; kredi

kartının ilk 6 ve son 4 hanesiyle işlem yapma, akıllı işlem yönlendirme, entegre anti-fraud modülü, kart saklama, tekrarlayan

ödeme ve taksit programları fonksiyonlarıyla tek bir entegrasyondan tüm online ödemelerin yönetilmesini sağlıyor.

Ödeme geçidi ürünümüzün en önemli avantajlarından biri ise firmaların çalışacakları bankayı ve sanal POS'ü seçebilmesi. Firmalar bankalarla yaptığı mevcut anlaşmaları koruyarak ya da yenileriyle anlaşarak maliyet avantajı sağlayabiliyor. Merchant Safe Unipay ödeme geçidi sayesinde, her bankanın ilgili sanal POS'unun teknik detayları ve ticari koşullarıyla ayrı ayrı uğraşmak yerine tek bir panel üzerinden ve tek bir noktadan mutabakat yaparak istedikleri bankanın sanal POS'unu bizim sistemimize tanımlayıp hemen kullanmaya geçebiliyorlar.

Acenteler ise en çok ihtiyaç duydukları kart saklama, secure IVR, linkle ödeme gibi hizmetlerden yararlanıyor.

Ticari çalışma koşullarımızda farklı büyüklükte müşterilerimize segmente uygun olarak farklı ödeme imkanları sunuyoruz. Tutardan bağımsız olarak yaptığımız işlemler karşılığında sabit bir işlem bedeli alıyoruz. Firmalar bize sadece kullandığı kadar ödeme yapıyor. Onun dışında belli büyüklükte, sabit bir ilk yatırım maliyetleri bulunmuyor.

Geçen yılı yurt içi ve yurt dışında kazandığımız ödüllerle ve finansal rakamlarımız açısından son derece verimli geçirecek tammıladık. Bu yıl da Payten'in inorganik büyüme stratejisi ve Ar-Ge çalışmalarımız paralelinde hizmetlerimizi çeşitlendirecek ve firmalara yatırımlarımızı sürdürerek pazar payımızı daha da

artıracağız. İçinde bulunduğumuz dönemde büyüme hedefi olan hizmet, enerji, sağlık, sigorta gibi sektörlerle katma değerli hizmet vermek üzere çözümlerimizi en yeni teknolojilerle geliştirmeye devam edeceğiz. Ayrıca açık bankacılık ve elektronik para konusundaki hazırlıklarımızı ilerletiyor, ödeme sektörüne girmek isteyen şirketlere ise Payten ve Paratika olarak anahtar

teslimi çözümler sunmaya başlıyoruz. Hedeflediğimiz yüksek büyüme hızına bu yıl da ulaşabilmek için istihdamımızda yaklaşık yüzde 20 artış planlıyoruz. Yeni ürünler ve çözümler üzerine yatırımlarımız devam ederken diğer yandan sosyal sorumluluk anlamında girişimcilik projelerine ve kadın kooperatiflerine desteğimiz de devam edecek.

HASAN EMRE ÖZGÜR

Enqura Ticari Faaliyetlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

“İyi bir fikri olan InsurTech girişimleri bizimle iletişime geçsin”



Enqura olarak sigorta şirketlerinin dijital dönüşümde ihtiyacı olan tüm çözümleri sağlayabiliyoruz. Öncelikle bir acenteden ve şirketin müşteri hizmetleri merkezinden alabileceği tüm çözümleri, kolay anlaşılır ve kolay kullanılır bir deneyimle mobil ve web uygulamalar üzerinden tüketiciyle buluşturmayı mümkün kılıyoruz. Hem son kullanıcı hem de acente mobil uygulamaları geliştiriyoruz. Son kullanıcılar bu uygulamadan yeni

poliçe satın alabiliyor, teklif isteyebiliyor, mevcut poliçelerini görüntüleyebiliyor, hasar bildiriminde bulunup sürecini takip edebiliyor.

Bunların yanı sıra şirketin son kullanıcıya yönelik farklı katma değerli hizmetlerini de uygulama içinde konumlandırabiliyoruz. Örneğin AXAFit, AXA Sigorta ile birlikte geliştirdiğimiz yeni nesil bir sigorta uygulaması. Hem sigortacılık işlemlerinizi yapabiliyorsunuz hem de sağlıklı yaşam için dijital

bir asistan gibi destek alabiliyorsunuz. AXAFit, müşterisine sadece hasar anında fayda yaratan sigortacılık anlayışını yıkamak için günlük hayata dokunuyor, size ne zaman su içmeniz gerektiğini hatırlatıyor, ne kadar kalori harcadığınızı gösteriyor, egzersiz tavsiyeleri veriyor, eğitim videoları sağlıyor hatta karbon ayak izinizi hesaplıyor. Bu çok önemli bir anlayış. AXA Sigorta bir InsurTech olmayı kafaya koymuş ve biz de bunu mümkün kılacak teknolojileri onlar için geliştiriyoruz.

Bir başka yeni nesil uygulamamız, Groupama ile geliştirdiğimiz AnkaCep. Bu acente uygulaması, klasik sigortacılık kültürünün en büyük dertlerinden biri olan acente ile genel müdürlük iletişimini en üst seviyeye çıkarıyor. Acenteler ofislerinde olmasa da acenteyi ceplerinde taşıyor. Müşteriye teklif oluşturabiliyor, poliçe kesebiliyor, satışlarını izliyor, primlerini takip ediyor, tahsilatlar ve yenilemelerden haberdar oluyor hatta müşterilerinin doğum günlerini bile AnkaCep ile hatırlıyorlar.

Bugün sigorta şirketlerinin dijital dönüşümü için akıllı mobil ve web uygulamaları geliştiriyoruz. Peki yarı? Enqura, yapay zeka ve makine öğrenmesi teknolojilerini üstün seviyede kullanan bir şirket. Yakın dönem hedefimizde, Sağlık Bakanlığı tarafından yayınlanan uzaktan sağlık hizmetleri düzenlemesine uygun olarak hastanın kimliğinin mobil uygulama üzerinden tespit edilip, güvenli görüntülü görüşme altyapısı üzerinden sağlık hizmetlerinin verilmesi için çözüm sağlayıcı olmak var. Bu altyapıyı sigorta şirketlerine kurarak onların sağlık sistemine bu yapıyı sağlayabileceklerini düşünüyoruz. Big data (büyük veri) analizleriyle şirketlere, kişiselleşmiş ürünler yaratabilmeleri için destek de oluyoruz. İyi bir fikri olan InsurTech girişimleri bizimle iletişime geçsin. Biz fikri hayata geçirmeleri için gereken her türlü donanımına sahibiz.

NECATİ YAVAŞ

Fineksus Satış & İş Geliştirme Direktörü

“Türkiye’deki finansal kuruluş ve bankaların yüzde 90’ına hizmet veriyoruz”

Fineksus olarak finansal mesajlaşma, kara para aklamanın önlenmesi konusunda yazılım çözümleri üretiyoruz. Sun-



duğumuz yazılımlara yapay zeka teknolojilerini de entegre ediyoruz. Günde yaklaşık 30 milyon finansal işlemi taradığımız ve anomalileri raporladığımız yazılımlarımız mevcut. Örneğin, gereksiz iş yükü yaratan “false-positive” sonuçları elimine etmek için yapay zeka teknolojilerinden faydalanıyoruz.

Bir önceki soruda bahsettiğimiz gibi finansal kuruluşlar ve networklere bağlanan kurumsal şirketler, dünya genelinde

AML regülasyonlarına uymakla yükümlü. AML uyum süreci 3 temel döngüden oluşuyor:

1. Müşteriyi tanımak (KYC) ve riskini ölçmek
2. Kara liste taramalarını gerçek zamanlı ve düzenli olarak yapmak
3. Şüpheli işlemleri izleyip raporlamak

KYC döngüsü, müşterilerin sürekli olarak izlenmesini ve zaman içinde davranış modellerinde ve faaliyetlerinde önemli değişiklikleri tanımlama yeteneğini ifade ediyor.

Kara liste ve yaptırımlara ilişkin taramalar, kuruluşların regülasyonlara uyum sağlamasına, mali suçları azaltmasına ve terörle mücadele finansman yönergelerini karşılamasına yardımcı oluyor. Bu süreç, ilgili listelerden kaynaklanan potansiyel tehditlerin gerçek zamanlı tanımlanmasını ve engellenmesini mümkün kılıyor.

Sürecin son basamağı olan şüpheli müşteri işlemlerini izleme ise şüphe düzeyine göre sınıflandırmayı ve anormallikler açısından incelemeyi içeriyor. Şüpheli işlem tespit edildiği takdirde süreç, ilgili yetkili kuruluşlara raporlama şeklinde devam ediyor.

Fineksus olarak 20 yıldır Türkiye'deki finansal kuruluş ve bankaların yüzde 90'ına hizmet veriyoruz. Geliştirdiğimiz yazılımları 30'dan fazla ülkeye ihraç ediyoruz. Yakın zamanda farklı coğrafyalara açılma hedefimiz var. Dijitalleşmenin artmasıyla beraber ödeme sistemlerinin hızla gelişmesi, sektörde güvenli ödeme altyapısı ve finansal suçların önlenmesine yönelik yeni ihtiyaçlar doğuruyor. Biz de Fineksus olarak bu ihtiyaçlara hem bölgesel hem de küresel anlamda hizmet sağlamak için insan kaynağı, teknoloji ve pazar yatırımlarına devam ediyoruz.

ÜNAL ÜNALDI

RS Otomotiv Grubu Yönetim Kurulu Başkanı

“365 gün müşteriye dokunan bir satış sonrası hizmetler platformu”



RS Otomotiv Grubu'nun InsurTech çalışmaları, biraz önce de belirttiğim gibi daha çok OtoKonfor üzerinden ilerleyecek. Peki OtoKonfor nasıl doğdu? Amacı ne?

OtoKonfor, isminden de biraz anlaşılacağı gibi “müşteriye konfor sunmak ve harcadığı zamanı kısaltmak” felsefesiyle kuruldu. Türk insanı konforu seviyor, sevmese Getir bugün unicorn olabilir miydi? Dolayısıyla müşteriye konforu vermemiz gerekiyor. Özellikle satış sonrası hizmetler tarafında hem boşluk var hem de konfor tarafında bir ihtiyaç var. Bu konforu sağlarken aynı zamanda harcanan süreyi de kısaltmamız lazım.

Peki fiyat konusu ne olacak? Müşteri en son fiyata bakıyor. Yani kalite-fiyat dengesine birlikte bakıyor. Siz ona konforu sunmuşsanız, zamanı kısaltmışsanız, illa ki “en ucuz olacaksınız” demiyor. Dolayısıyla bu mantıkla süreçleri olabildiğince dijitalize edip, hem harcanan zamanı kısaltmak hem hizmeti müşterinin ayağına götürmek gerekiyor. “Lastiğim değişecek, vale gelsin alsın, değiştirsin, geri getirsin” gibi konforunu artıracak hizmetler üzerinde çalıştık, konsantre olduk. Fiyat en son kriterdi ve fiyatta da satış sonrası hizmetler tarafında, kendi tecrübeme dayanarak söylüyorum ki insanlar bir ürün aldıklarında fiyata

bir tık daha fazla bakıyor. Neden? Çünkü aldığımız ürünü beğenmediğinizde iade edebiliyorsunuz ama hizmet satın aldığımızda örneğin otomobilinizi boyattırdınız, boyayı söküp iade edemiyorsunuz. Dolayısıyla hizmet tarafını düzgün vermeniz gerekiyor. Hizmeti düzgün kurgulamazsanız, istediğiniz kadar ucuz olsun hiçbir anlam ifade etmiyor.

Biz de bu doğrultuda OtoKonfor için çok iyi hizmet sağlayıcılarla anlaşma yaptık. Sahadaki satış sonrası hizmet tecrübemizi kullanarak kim, hangi alanda en iyi hizmeti veriyorsa o hizmet sağlayıcıları bir çatı altında topladık.

Bana göre InsurTech'ler sadece dijitalle değil arkasındaki hizmet network'üyle de entegre olabilirlerse değer yaratabilir. Peki bu anlamda sigorta şirketlerine nasıl bir hizmet sunulabilir? Örneğin, bizim bir asistans şirketimiz var ama sigorta şirketi başka bir asistans şirketiyle de çalışıyor olabilir. OtoKonfor üzerinden kendi uygulamasını entegre edip, dijital ortamda o asistans firması üzerinden çekiciyi gönderip buradan takip etmesini sağlayabilir. Nitekim böyle bir hizmetimizle bir sigorta şirketinin yarışmasında ilk üçe girdik. OtoKonfor'un 36 hizmetinden biri olan oto yıkama hizmetini dijital ortamda almak istediler. Şimdi oto yıkama ağıңыз düzgün olmazsa, müşteriye iyi davranmazsa, aracı düzgün yıkamazsa yaptığınız bütün dijital yatırım zaten çöp oluyor. İkisinin aynı eşit seviyede, dengeli gitmesi gerekiyor. Sadece dijital veya sadece hizmet değil, ikisinin birlikte entegre olması lazım. Bunların da uygulamalar aracılığıyla sigorta şirketlerinin entegre edilmesi gerekiyor.

Bu noktada API'lerin herkese açık olması InsurTech girişimlerini artıracaktır. InsurTech girişimleri çoğaldığında rekabet artacağı için hizmet kalitesi ve yeni fikirler de artacaktır.

Kısacası, OtoKonfor ile aracın alımından başlayıp satımına kadar bütün süreçte 365 gün müşteriye dokunan bir satış sonrası hizmetler platformu yaratmaya çalıştık. Canlıya aldıktan sonra sigorta şirketleriyle tam entegre bir şekilde acenteler üzerinden müşterilerin hizmetine sunacağız. 🌐

SAĞLIK SEYAHAT POLİÇESİ

sayısı yüzde 200 arttı

Türk Nippon Sigorta Genel Müdürü Dr. E. Baturalp Pamukçu, yaz tatilleri ve Kovid-19 tedbirlerinin hafiflemesine bağlı olarak seyahat sağlık sigortasına talebin hızla arttığına işaret ediyor. Sadece seyahat değil sağlık branşı genelinde artış olduğunu vurgulayan Pamukçu, "Mayıs 2022 sonuçlarına göre sağlık prim üretiminde ilk 10 şirket içinde yer almayı sürdürüyoruz. Önümüzdeki dönemde de bu alandaki istikrarlı büyümemizi sürdüreceğiz" diyor...

Yaz döneminin başlaması ve Kovid-19 tedbirlerinin önceki yıllara göre hafiflemesiyle birlikte artan seyahat talepleri, seyahat sigortasına yönelik talep artışını da beraberinde getirdi. Türk Nippon Sigorta Genel Müdürü Dr. E. Baturalp Pamukçu, önümüzdeki dönemde de bu artışın süreceğini öngörüyor ve sağlık branşındaki gelişmeleri şöyle değerlendiriyor:

"2021 yılında Kovid-19 salgınının etkilerinin sürmesi ve seyahat kısıtları sebebiyle seyahat sigortalarında hareketlilik olmamıştı. Bu yıl durumun tersine döndüğünü görüyoruz. Gerek yurt için gerekse yurt dışı seyahat poliçesi sayısında önemli bir artış var. Geçen yıl tanzim edilen poliçe sayısına göre yüzde 200'ün üzerinde artış söz konusu. Sadece seyahat özelinde değil sağlık sigortası ürünlerinin tümünde talep artışı olduğunu gözlemliyoruz. Türk Nippon Sigorta olarak sağlık sigortalarında iddialıyız. Mayıs 2022 sonu verilerine göre sağlık sigortası prim üretiminde ilk 10 şirket içinde yer almayı sürdürüyoruz. Yılın ikinci yarısı itibarıyla da bu alana ağırlık vermeyi sürdürüyoruz. Sağlık sigortalarındaki istikrarlı büyümemizi devam ettirmeyi amaçlıyoruz."



Dr. E. Baturalp Pamukçu

Pamukçu, Türk Nippon Sigorta'nın sunduğu seyahat sağlık sigortasının içeriğiyle ilgili ise şu bilgileri veriyor: "Türk Nippon Sigorta Seyahat Sağlık Sigortası ürünümüz, poliçe sahiplerinin yurt dışı ve yurt içi seyahatlerinde karşılaşılabileceği acil sağlık problemlerinin yanı sıra olası birçok riski teminat altına alıyor. Yaralanma veya hastalık nedeniyle tıbbi tedavi, gerekli olursa sigortalının nakli, taburcu olduktan sonra daimî ikametgaha nakil, sigortalıya yapılacak tedavi nedeniyle aile üyelerinden birinin konaklaması ve evde meydana gelen hasar nedeniyle yolculuğun durdurulması sonucu dönüş seyahati gibi ihtiyaçlar poliçe kapsamında karşılanıyor. Ayrıca bagajın bulunması ve sigortalıya ulaştırılması, tarifeli bagaj kaybı, gecikmeli bagaj, kanuni işlemlerle ilgili kefalet, ilaç gönderilmesi organizasyonu ve acil mesajların iletilmesi gibi durumlarda da güvence sağlanıyor."

120 ÖĞRENCİYE BAYRAM HEDİYESİ

Sosyal sorumluluk projeleriyle toplumsal bilincin gelişmesine katkı sağlamayı amaçlayan Türk Nippon Sigorta, sosyoekonomik olarak dezavantajlı öğrencilere yıllardır burs desteği sağlayan Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği ile ortaklaşa hareket ederek 120 öğrenciye hediye çeki verdi. Hem mezuniyet öncesindeki kıyafet alımına katkıda bulunmayı hem de küçük bir bayram hediyesi vermeyi amaçlayan şirket, bayram öncesinde öğrencilere iletilen çeklerle olgun nebzelerle gülümsetmeye çalıştı.



**Sudan sebeplerle
birikimler kaybolmasın
diye**

ÖNLEYİCİ SİGORTACILIK CORPUS'TA

İş hayatında riskleri doğru saptamak önemlidir. Corpus Sigorta risk mühendisliği sigortalısı olun ya da olmayın işletmenizdeki olası farklı senaryoları değerlendirir, analiz eder, raporlar ve çözüm sunar. Corpus Sigorta ile riskleri öngörmek, öngördüklerini önlemek, önleyemediklerinin ise ödenebilir primlerle sonuçlarını önlemek mümkün.

**Kısacası, içiniz rahat, öncesi de sonrası da bizde.
Önleyici sigortacılık, Corpus'ta!**



C O R P U S
S İ G O R T A

corpussigorta.com.tr



AFİFE KAYA

akaya@psmmag.com

DÜNYA EKCRANI

Siber risk sigortacılarını sevindirecek rapor

Münih Re, 14 ülkeden 7 binden fazla katılımcıyla yapılan anket doğrultusunda hazırladığı Küresel Siber Risk ve Sigorta Araştırması'nın sonuçlarını yayınladı. C (CEO, COO, CFO, CIO...) seviyesindeki üst düzey yöneticilerin katıldığı ankete göre fidye yazılımlarının sayısı yüzde 21'den 28'e, veri ihlallerinin sayısı yüzde 32'den 43'e, çevrimiçi dolandırıcılık sayısı da yüzde 38'den 46'ya yükseldi.

Araştırmaya göre bölgesel bazda Hindistan, Çin ve Güney Afrika siber saldırılardan en çok etkilenen ülkeler. Hindistan'dan katılan yöneticilerin yüzde 92'si bu konuda endişe duyduklarını ifade ediyor. Bu ülkeyi yüzde 89 ile Brezilya, yüzde 85 ile İspanya, yüzde 83 ile de Güney Afrika izliyor. Araştırmaya katılan üst düzey yöneticilerin tamamına yakını (yüzde 98), özellikle fidye yazılımlarıyla yapılan saldırıların her geçen gün işleri daha fazla etkilediğine dikkat çekiyor.



Tüm bu endişelere rağmen ilginçtir, dijitalleşmeyi en büyük potansiyel olarak gören ülkeler de yine Hindistan ve Çin gibi bilişim odaklı ülkelerin yanı sıra Güney Afrika ve Brezilya olarak sıralanıyor. Münih Re uzmanları, anketle ilgili araştırma raporunda, neredeyse katılımcı şirketlerin tamamının güçlü bir şekilde akıllı teknolojilere odaklandığını vurguluyor. Bu bağlamda da 5G, bulut hizmetleri, yapay zeka, veri

analitiği gibi yeni nesil teknolojiler ve hizmetler öne çıkıyor.

Ankete katılan üst düzey yöneticilerin yüzde 83'ü, kendi şirketlerinin dijital tehditlere karşı yeterince korunmadığını düşünüyor. Münih Re uzmanları, iş modellerinin giderek daha fazla dijitalleşip tehditlere karşı farkındalığın arttığı bir ortamda bu oranı şaşırtıcı şekilde yüksek buluyor.

Bu arada, bir önceki yılki ankete göre siber sigorta yaptıran şirket sayısında yüzde 21 artış olduğu da dikkat çekiyor. Bu da siber sigortalara ilginin arttığı şeklinde yorumlanıyor. Üst düzey katılımcıların yüzde 35'inin şirketleri için siber sigorta düşünmesi de sigorta sektörü için önemli bir potansiyele işaret ediyor.



David Flandro

Sigortacıların ilk çeyrekteki kâr kaybı 10 milyar dolar

90'ın üzerinde ülkede faaliyet gösteren küresel brokerlik şirketi Howden Broking, 2022'nin ilk çeyreğinde küresel sigorta pazarının net kârlılığının yaklaşık 19 milyar dolar olduğunu açıkladı. Bu tutar, geçen yılın aynı dönemindeki yıla 29.3 milyar dolara kıyasla büyük bir düşüşe işaret ediyor.

Howden Analytics Genel Müdürü David Flandro'ya göre, düşük yatırım getirilerinin yanı sıra enflasyona bağlı olarak yükselen faiz oranları ve daha fazla risk dahil olmak üzere makro temel eğilimler bu düşüşte etkili oldu. Hayat branşında artan kârlılığın durumu biraz olsun dengelediğini düşünen Flandro, sınırlı da olsa özkaynak kayıplarına da dikkat çekiyor. Salgının etkileri azaldıktan sonra varlık getirilerinde negatif bir değişiklik görülmediğini belirten Flandro, sigortacılar ve reasürörleri bu enflasyonist ortamda en çok yatırım getirileri ve faiz oranlarının etkilediğini düşünüyor.



ABD'deki afet kayıpları "keşke her çeyrek böyle olsa" dedirtti

Goldman Sachs analistleri, yılın ikinci çeyreğinde ABD'de doğal felaketlerden kaynaklanan sigortalı kayıpların 4 milyar doları geçtiğini tahmin ediyor. Bu tutar, ülke genelinde son 10 yılın ikinci çeyrekleri için ortalama 11.1 milyar dolar olan sigortalı kayıpların yaklaşık yüzde 40'ına karşılık geliyor.

ABD'deki felaket ortamı ikinci çeyrek itibarıyla "iyi huylu" olarak değerlendirilse de Goldman Sachs, Kanada'da Mayıs ayı sonlarında Toronto, Montreal ve Quebec City çevresinde meydana gelen fırtınada önemli kayıplar yaşandığını dikkat çekiyor. Güney Afrika'da farklı zamanlarda yaşanan sel ve toprak kaymalarında 3 milyar dolardan fazla kayıp oluştu. Çin'deki sel ve toprak kaymalarının yol açtığı kayıplarına 1.5 milyar doları aştığı tahmin ediliyor.

Bu yıl felaketler ortalamaların artında olsa da Goldman Sachs uzmanları, dolu ve rüzgar gibi şiddetli hava olaylarının birinci ve ikinci çeyrekte 2021'deki



seviyenin üzerinde olduğu konusunda uyarıyor.

Öte yandan, yüksek enflasyona rağmen

zarar maliyetini aşan fiyatlandırmaların etkisiyle yıllık kayıp oranlarında iyileşme bekleniyor.

Savaşla sarsılan havacılık sigortacıları bu kez şoku çabuk atlatacak gibi



Havayolu şirketleri daha Kovid-19 şokunu atlattıktan sonra Rusya-Ukrayna savaşının etkileriyle boğuşmaya başladı. Doğal olarak havacılık sigortacıları da zor bir dönemden geçiyor. Salgının etkilerinin azalmasıyla birlikte hava trafiğindeki güçlü toparlanma ise beklentileri iyimser kılıyor.

Uzmanlar, uzun vadede yolcu ve kargo sayılarının artacağını öngörüyor. Havayolu şirketleri daha yeşil ve daha güvenli yeni uçaklara yatırım yaptıkça havacılık sigortası için de fırsatların artacağı beklentisi hakim. Swiss Re Enstitüsü raporuna göre, 2030'a kadar havacılık sigortası toplam primleri yıllık ortalama

yüzde 4-5 civarında artacak. Daha güvenli ve çevreci yeni uçak alımları için yapılacak harcamalar da bir başka fırsat penceresi olarak görülüyor.

Küresel düzeyde havayolunu tercih eden yolcu sayısının 2024 yılına kadar salgın öncesi seviyelere ulaşması bekleniyor. Hava kargo talebinde de uzun vadede artış öngörülüyor. Kargo ve yolcu trafiğini birleştiren ticari uçak sayısının 2040 yılına kadar 50 bine çıkacağı tahmin ediliyor. Bu da yıllık yaklaşık yüzde 3.1'lik büyümeye işaret ediyor. Uçak sayısındaki artış doğal olarak sigortacılar için prim artışı demek.

Seyahat sigortasının yıldızı yeniden parlıyor

Bu yılın ilk 5 ayında 1 milyondan fazla sağlık seyahat sigortası yaptırıldı. Şimdiden 2021 yılı toplamı aşıldı. Talep artışını turizmin canlanması ve iş hayatının normale dönmesine bağlayan Ray Sigorta CEO'su Koray Erdoğan, seyahat sigortalarına yönelik farkındalığın da giderek arttığını vurguluyor...

Yurt içi ve yurt dışı seyahatlerinizde başınıza gelebilecek beklenmedik durumlarda güvence sağlayan seyahat sağlık sigortaları, kısıtlamaların kalkması ve yaz aylarının gelmesiyle birlikte yeniden önem kazanmaya başladı. Seyahat süresince yaşayabileceğiniz bir sağlık sorununda, kaza durumunda ya da tedavi görmenizi gerektiren herhangi bir olayda seyahat sağlık sigortanız mevcut şartlarda en iyi koşullarda tedavi olmanıza yardımcı oluyor. Farklı konu başlıklarında danışmanlık hizmeti de alabileceğiniz bu sigorta ürünü, sağladığı güven ve huzurun yanı sıra ekonomik anlamda da büyük avantaj sunuyor.

Her seyahatin güzelliğinin yanında riskleri de beraberinde getirebildiğine dikkat çeken Ray Sigorta CEO'su Koray Erdoğan, sigortanın önemine şöyle dikkat çekiyor:

“TUIK'in son verilerine göre yurt dışını ziyaret eden vatandaşlarımızın sayısı bir önceki yıla göre yüzde 270 arttı. Dünya Turizm Barometresi'nin bu yıl yayınlanan ilk sayısında, seyahat kısıtlamalarının kalkması ve açılıma oranlarındaki artışla bastırılmış bir talebin ortaya çıktığı belirtildi. Bu artışın yanı sıra son yıllarda yaşanan olağanüstü durumlar, sigortanın ön görülemeyen risklere karşı koruyuculuk özelliğini her zamankinden daha fazla ön plana çıkardı. Farklı şehirlere ya da ülkelere seyahat etmenin heyecanını yaşarken karşılaşılabilece-



Koray Erdoğan

ğimiz aksilikler bu güzel deneyimimizi kötü etkileyebiliyor. Riskleri kontrol altına alarak seyahatimizi güvenle yapmanın yolu ise seyahat sağlık sigortasından geçiyor.”

POLİÇE SAYISI İLE SİGORTA FARKINDALIĞI PARALEL ARTIYOR

TSB verilerine göre 2021 yılında toplam 1 milyon 145 bin kişi seyahat sağlık sigortası yaptırdı. Salgının etkin olduğu 2020'de bu sayı sadece 375 bini. Bu yıl ise sadece ilk 5 ay seyahat sağlık sigortası yaptıranların sayısı 1 milyon 145 bini aştı. Bu verileri seyahat sigortalarına yönelik farkındalığın arttığının göstergesi olarak yorumlayan Erdoğan, “Eskiden seyahat sağlık sigortası sadece yurt dışı ziyaretleri için bir vize dokümanı olarak görülüyordu. Bugün geldiğimiz noktada hem yurt içi hem de yurt dışı seyahatlerde tercih edilen bir sigorta ürünü olduğunu görmek sektörümüz açısından mutluluk verici” diyor.

İhtiyaca göre paket seçenekleri ve yaş sınırı olmadan sigortalı olma imkânı sunan Ray Sigorta Tripplus Seyahat Sigortası, bireyleri yurt içi ve yurt dışında aniden ortaya çıkabilecek sağlık risklerine ve yaralanmalara karşı koruma altına alıyor. Tripplus Yurt İçi Seyahat Sağlık Sigortası, yurt içi seyahatlerde ani ortaya çıkabilecek sağlık durumları, yaralanmalarla ilgili tedavileri ve nakil işlemlerini karşılıyor. En geniş kapsamlı ürün olan Tripplus Yurt Dışı Seyahat Sağlık Sigortası ise vize gerektiren ülkelere gerçekleştirilecek olan yurt dışı seyahatlerinde ihtiyaca göre eklenebilecek vize reddi, bagaj kaybı/çalınması, rötör, kapkaç, bulunulan yere aile üyelerinden birinin seyahati gibi pek çok kapsamda güvence sunuyor. ©



DOĞRU ADIM TAMAMLAYICI SAĞLIK SİGORTASI ile sağlığınız tam, bütçeniz tamam

A+
Yatarak Tedavi
Teminatı seçeneği

Limitsiz yatarak
tedavi
+
6 adet ayakta
tedavi paketi

Limitsiz yatarak
tedavi
+
10 adet ayakta
tedavi paketi

Geniş
kapsamlı
tedavi
teminatları

Kaliteli ve
hızlı sağlık
hizmeti

Yaygın
hastane ağı

Acil yardım
paketi

7/24 Tıbbi
Danışma ve
Provizyon
hizmeti ayrıcalığı

Check-Up ve
Diş tedavi
paketi

☎ 0 850 811 51 00

🌐 www.dogasigorta.com

Doğa
sigorta

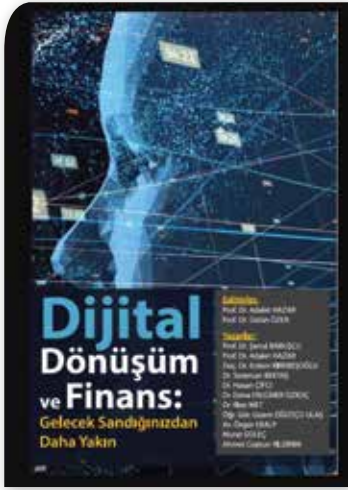
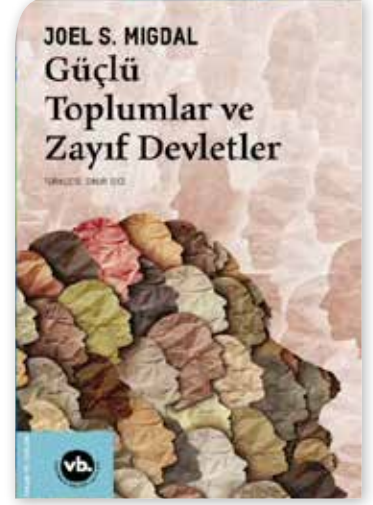
Güçlü Toplamlar ve Zayıf Devletler

Fransa'nın bir bölgesindeki köylüler uzunca bir süre akşam dualarında şöyle bir ibare kullanmış: "Tanrım bizi bütün kötülüklerden ve adaletten koru." Elbette Fransa'nın köylüleri "adalet" ve adalet kurallarını temsil eden devletle olan belirsiz ve düşmanca ilişkilerinde yalnız değildi...

Joel S. Migdal tarafından kaleme alınan ve VakıfBank Kültür Yayınları tarafından yayınlanan bu kitabın sayfalarında, insanlar ile onların hayatlarını yönetmek için adalet kuralları oluşturmaya çalışan devletler arasındaki bazı merkezi ilişkileri tanıma fırsatı bulacaksınız. Neden bazı liderlerin vizyonlarını gerçekleştirmede

daha çok, bazılarının ise daha az başarılı olduğuna ilişkin doyurucu cevaplar da var. Birçok Asya, Afrika ve Latin Amerika ülkesi, ellerindeki kaynaklara rağmen, toplumlarının davranışlarını yönlendirmede neden bu kadar zorlanıyor? Buna karşılık, neden çok az sayıda başka devlet böyle bir kontrolü kolayca oluşturabiliyor? Başarısız yasaların ve sosyal politikaların devletin kendisi üzerinde nasıl bir etkisi var?

Bu sorulara yanıt ararken Migdal, devletin rolüne bambaşka bir perspektiften bakıyor, devlet-toplum ilişkileri ve "üçüncü dünya"daki ekonomik, siyasal reform olanakları için yeni bir yaklaşım sunuyor.



Dijital Dönüşüm ve Finans: Gelecek Sandığınızdan Daha Yakın

İnternetin ilk adımlarının atıldığı 1950'li yıllardan bugüne işletmeler dünyası çok sayıda teknolojik gelişime sahne oldu. Teknolojik gelişim imvesinin bugün geldiği nokta sadece iş hayatına ilişkin değil, sosyal ve psikolojik boyutta davranış kalıplarımızda da değişimler olduğunu gösteriyor. Teknoloji çağı veya dijital çağ olarak adlandırdığımız bu yeni dönemin temel özelliği, hız ve zamanın hiç olmadığı kadar önem kazanması. İşte dijitalleşme, insanlığa bu değerli olguyu en verimli şekilde kullanılma olanağı

sağlıyor. Günümüzde işletmelerin başarısı, hızlı ve çabuk erişilebilen veriye ve bunları sağlayacak yeni teknolojilere daha fazla duyarlı. Finans da benzer şekilde hem yüksek teknolojiye ihtiyaç duyan hem de bu teknolojilerin ürettiği veriler yoluyla ekonomik sistem içerisindeki hareketliliğe istikrar kazandıran bir sektör. Kolektif bir çalışmanın eseri olan bu kitap, finans sektöründe dijitalleşmenin yanı sıra bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimini, etkinliğini sorguluyor.

Finansta Bugünü Geçmişte Bırakan Zekâ: Finans ve Teknoloji

Dijital dönüşüm çok hızlı ve çok yönlü olarak ürün ve hizmetleri geliştirirken tüm sektörlerdeki iş yapma biçimleri ve süreçleri de aynı biçimde değişiyor. Yapay zekâ (AI), bulut teknolojisi, blokzinciri, merkeziyetsiz finans (DeFi), 5G, makine öğrenmesi (ML), e-uygulamalar gibi finansal hizmetlerde yoğun olarak kullanılan yeni teknolojiler; verinin etkin kullanımı, mükemmel müşteri deneyimi, açık bankacılık, platform bankacılığı,

kişiselleştirme, oyunlaştırma gibi yeni iş yapış biçimlerini ortaya çıkarıyor.

İşte Dr. Metin Recep Zafer ve Dr. Şükrü Mete Tepegöz tarafından kaleme alınan ve VakıfBank'ın katkılarıyla Nobel Bilimsel Eserler tarafından yayınlanan bu kitap, finansal teknolojilerin küresel düzeydeki kaçınılmaz yıkıcı etkilerini anlayıp dijital dönüşüm yolculuğunun gerisinde kalmak istemeyenler için önemli ipuçları barındırıyor.



Engel Tanımayanlara



Engelsiz Kasko!

HDI Sigorta'dan engel tanımayanlar için çok özel bir hizmet daha: Engelsiz Kasko! Beklenmeyen kaza anlarında oluşabilecek tüm hasar ve mağduriyetleri en aza indirecek bu yeni ürünümüzle müşterilerimize çok özel ayrıcalıklar ve teminatlar sunuyoruz!

0850 7 24 0850
www.anadolusigorta.com.tr

**ANADOLU
SİGORTA**
Kaybetmek yok.

Primi uygun, güvencesi büyük.

Hesaplı Kasko



**Çok uygun primlerle, aracınızı
Anadolu Sigorta güvencesine alma sırası sizde!**

Geniş teminatlar, anlaşmalı servis ağı, asistans hizmetleri
ve çok daha fazlası, **Hesaplı Kasko**'da sizi bekliyor.

Anadolu Sigorta'da kaybetmek yok.

200 TL Hediyeli Kampanyası, 18 Temmuz - 31 Ağustos tarihleri arasında geçerlidir.



**200 TL
HEDİYE ÇEKİ
FIRSATI**



Türkiye İş Bankası kuruluşudur.

TÜRKİYE  BANKASI