

Anadolu'dan ulaşılabilir özel sağlık güvencesi



GENERALI bildiğiniz gibi değil!



42 bin çocuğun
mottosu
hareket olacak



Serhat Süreyya Çetin

Kasko ve konut hariç beklentilerde bozulma yok



Sigortacılık prim ve hasardan ibaret değil

Sigortacıların gündeminde de döviz kurları var. Artan kurlar sektörü nasıl etkileyecek? Geçen ayın cevap aranan sorusu buydu. Şimdilik pek dillendirilmese de sektörde maliyetlerin artacağı kesin. Özellikle yedek parça fiyatlarındaki artış bilançoları olumsuz etkileyecek. Kasko ve trafik sigortası primlerinin kur artışına paralel yükselmeyeceğini kestirmek için kahin olmaya gerek yok. Bunlar önemli konular ve üzerinde çok yazılıp çizilecek. Ben sözü fazla uzatmadan sektörün farklı bir yüzüne değinmek istiyorum... Malum, sigortacılar faaliyet gösterdiği ülkelerin sosyal meselelerine de kafa yoruyor, kendi ölçülerinde sosyal sorumluluk projelerine imza atıyorlar. Akıllı Yaşam olarak bu konu da en az sigortacılık faaliyetleri kadar ilginizi çekiyor. Şirketler bu tür sorunlarla ne kadar çok ilgilenirse, ürünleri yeni nesil tarafından o kadar çok tercih ediliyor. Bu sayımızda da üç şirketin çok önemli sosyal sorumluluk projelerine yer verdik... Bildik bir hikayedir, karınca ağzında bir damla suyla yanan ormana doğru gidiyormuş. "O suyla ne yapacaksın" diye sormuşlar, "Yangını söndüreceğim" demiş. "Bir damla suyla mı sönecek" diye dalga geçmişler. Karınca da bunun üzerine "Elimden bu kadarı geliyor" demiş. Karınca misali hepimizin elinden bir şeyler gelebilir. Yeter ki umudumuzu yitirmeyelim ve çalışalım. Detayları içeride var ama kısaca bu sosyal sorumluluk projelerinden bahsetmek istiyorum... Anadolu Sigorta'nın 2010 yılında hayata geçirdiği

"Bir Usta Bin Usta" sosyal sorumluluk projesi kapsamında her yıl 5 ilde, 3 ila 6 ay arasında değişen eğitim programlarıyla 5 mesleki kurs düzenleniyor. Kurslar aracılığıyla bir yandan yerel mesleklerin kaybolması engellenirken diğer yandan kurslara katılan genç usta adaylarına yeni iş olanakları yaratılmış oluyor. "Bir Usta Bin Usta" projesi kapsamında Artvin Arhavi'de açılan Tulum Yapımı kursunu başarıyla tamamlayan 19 kursiyer mezun oldu. İstanbul Fatih'te açılan Cilt Yapımı kursu ise 17 cilt ustasını mezun etti... Allianz Türkiye, 7-12 yaş grubu çocukların hareket ve spor yoluyla sağlıklı büyümelerine, gelişim göstermelerine katkı sağlayacak yeni kurumsal sosyal sorumluluk programı "Allianz Motto Hareket'i, düzenlediği bir basın toplantısıyla tanıttı... Generali Sigorta CEO'su Maurizio Pescarini ise Generali'nin tüm paydaşları için geçerli "Bildiğin gibi değil" sloganı doğrultusunda, genel merkezle birlikte bir insani yardım fonu oluşturduklarını açıkladı. Fonun kullanılacağı üç ana sosyal sorumluluk konusu var: Göçmenlerdeki Girişimcilik, Ailenin Korunması ve Gelişmesi, Doğuştan Gelen Hastalıklarla Yeni Doğanlar... Her ülke bu üç konudan kendisine uygun olanını seçip sahipleniyor. Bu fona Türkiye'den yatırılan tutar kadar genel merkez de yatıracak. Türkiye için "Ailenin Korunması ve Gelişmesi" konusunu seçmişler. Ülkenin her bölgesinden, ekonomik problemi olan aileler için yatırım yapmayı planlıyorlar. Ne dersiniz, gerçekten de çok güzel hareketler değil mi?

Künye

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

Barış Bekar
bbekar@akilliyasamdergisi.com

Genel Yayın Yönetmeni
Barış Bekar
bbekar@akilliyasamdergisi.com

Yayın Danışmanı
Abdullah Çetin
acetin@finansgundem.com

Editör
Berrin Uyanık Bekar
buyanik@akilliyasamdergisi.com

Katkıda bulunanlar
Celalettin Kafesoğlu,
Serap Sürmeli, Burak Taşçı

Fotoğraf
Çelik Çelikyaman

Görsel Tasarım
Medya Gündem Dijital Yayıncılık

Reklam Rezervasyon
Seda Uygun
suygun@finansgundem.com

Danışman, Marka ve Etkinlik Yönetimi
Tülin Çakmak
tulin.cakmak@gundemmedyagrubu.com

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

Baskı: Ömür Matbaacılık A.Ş.
Telefon: 0 212 422 76 00 pbx
Dağıtım: Turkuvaiz Dağıtım Pazarlama A.Ş.





26



28



32



36



56



30

26

Kasko ve konut hariç beklentilerde bozulma yok
Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin, olumsuzluklara rağmen sektörün yılı büyüme ve kârlılıkla kapatacağını öngörüyor. Sigorta şirketlerinin türev ürünlerle kur riskinden korunduğunu hatırlatan Çetin'e göre, artan maliyetler ve azalan satışlar nedeniyle kasko ve konut branşları olumsuz etkilenecek...

28

19 tulum, 17 cilt ustası mezun oldu
Anadolu Sigorta tarafından hayata geçirilen "Bir Usta Bin Usta" projesi kapsamında Artvin Arhavi'de açılan Tulum Yapımı kursunu başarıyla tamamlayan 19 kursiyer mezun oldu. İstanbul Fatih'te açılan Cilt Yapımı kursu ise 17 cilt ustasını mezun etti...

30

Hayatını kelimelerle inşa eden adam
Deneme çekiminde oynadığı rol beğenilince sunuculuk teklifi aldı. "Elime mi yapışır" dedi, yapıştı, yakıştı... Ali İhsan Varol, "Neredeyse ömrümün dörtte birini Kelime Oyunu ile geçirdim. Bu oyun hayatımı değiştirmenin ötesinde inşa etti" diyor...

32

42 bin çocuğun mottosu HAREKET olacak
Allianz Türkiye CEO'su Aylin Somersan Coqui, çocukların sağlıklı büyümelerine ve gelişim göstermelerine katkı sağlayacak "Allianz Motto Hareket" ile 8 yılda, 7 bölgeden 42 bin çocuğa ulaşmayı hedeflediklerini açıkladı...

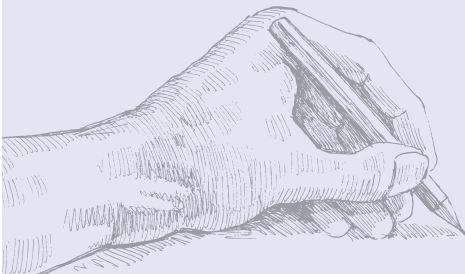
36

Generali bildiğiniz gibi değil!
Generali, makûs talihini yenip uzun süreli kârsızlık sorununu çözdükten sonra büyümeye odaklandı. "Bildiğin gibi değil" sloganıyla yeni bir sayfa açan şirketin CEO'su Maurizio Pescarini, "İlk hedefimiz olan kârlılığı yakaladık. Sırada büyüme var. Grubumuz Türkiye pazarına büyük önem veriyor. Organik ve inorganik büyüyerek kısa sürede ilk 10 şirketten biri olacağız" diyor...

56

Ödüllü Ejento mobil yenilendi
"Mobil acente" kavramını ortaya koyan ve tüm acentelerinin mekân-zaman fark etmeksizin birçok farklı sigortacılık işlemiyle birlikte polise teklif ve satışına olanak sağlayan Sampo Japan Sigorta, güncellenen uygulaması Ejento ile dijital dönüşüm stratejilerini iş modellerine entegre etmeye devam ediyor...

yazarlar



40

Zeynep Turan Stefan
EİOPA

52

Ali Savaşman
ÇEVİK SATIŞ 101

58

Doç. Dr. Serra Eren Sarıoğlu
Portföy yönetiminde yenilikçi bir yaklaşım:
Otomatik danışmanlık

60

Sinan Metin
BES yaptır, mali kriz olmasın (!)



Selfie ile mobil bankacılığa giriş Akbank'ta Akbank hayatın kalbinde



Selfie ile giriş özelliği iOS 9 ve üstü iOS cihazlarda, Android 4 ve üstü parmak izini destekleyen Android cihazlarda kullanılabilir.

AKBANK

sizin için

Anadolu Sigorta acenteleri, Dünya Kupası'nı Rusya'da izledi

Anadolu Sigorta'nın Dünya Kupası maçlarını izlemek amacıyla düzenlediği Moskova seyahatine, 2017 yılının son çeyreği itibarıyla üretim artışı kriterlerine göre en yüksek başarıyı elde eden 15 acente katıldı. Acente İlişkileri ve Satış Yönetimi Müdürü Murat Yüksel'in eşlik ettiği Moskova'daki seyahate acenteler, kampanyadaki sıralamalarına göre grup maçlarından Fransa-Danimarka, ikinci tur maçlarından İspanya-Rusya ve yarı finaldeki İngiltere-Hırvatistan ile final maçı olan Fransa-Hırvatistan maçlarını takip ettiler. Rusya'nın başkenti Moskova'da konaklayan acenteler, sadece Dünya Kupası maçlarını izlemekle kalmayıp, şehrin temellerinin atıldığı Kızıl Meydan'ı, Kremlin Sarayı'nı



ve dünyaca ünlü şair Nazım Hikmet'in mezarını da ziyaret ettiler. Dünya Kupası coşkusuyla birlikte yaşayan

acenteler, gezi sırasında karşılıklı görüş alışverişinde bulunma ve ilişkilerini pekiştirme imkânı da buldular.

Anadolu Sigorta ile Bursaspor işbirliği devam ediyor

Anadolu Sigorta ile Bursaspor arasındaki isim hakkı işbirliğinin ikinci dönem imza töreni, Anadolu Sigorta adına Marmara Bölge Müdürü Kamil Demirel, Acente İlişkileri ve Satış Yönetimi Müdürü Murat Yüksel, Bursaspor Kulübü adına Reklam ve Pazarlamadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Onur Özselek ile Reklam Pazarlama Medya Satış Direktörü Funda Çelen Güzelsözlü'nün katılımıyla 2 Ağustos'ta Bursa Büyükşehir Stadyumu'nda yapıldı. Törende konuşan Kamil Demirel, "Anadolu Sigorta ile Bursaspor kulübü arasındaki işbirliğinin ilk yılı başarıyla tamamlandı. İşbirliğin temeli isim hakkı üzerine kurulmuş olup,



şirketimiz bünyesinde oluşturulan Bursaspor Kasko ve Bursaspor Trafik poliçeleri ilk yılın ürünleriydi" dedi. Anadolu Sigorta ile Bursaspor arasındaki işbirliğinin 1990 yılına dayandığını hatırlatan Demirel, sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu süreçte her iki taraf arasında güçlü bir bağ oluştu. Bu önemli geçmişle birlikte 2017 yılının nisan ayında 'isim

hakkı' projesi geliştirildi ve 2017 yılı itibarıyla kulübümüzün risklerini düzenlediğimiz sigorta poliçeleriyle teminat altına almak suretiyle kulübümüze önemli ve sürdürülebilir bir maddi gelir sağlamak şirketimizin birinci hedefi olmuştur."

Anadolu Sigorta ile Bursaspor arasında geçen yıl yapılan isim hakkı işbirliği kapsamında, Bursaspor kulübü için tasarlanan Bursaspor Kasko ve Bursa Trafik sigorta ürünleri, 90 profesyonel acente ve 36 Türkiye İş Bankası şubesi aracılığıyla 8 bin 404 adet poliçe üretti. Demirel, hedeflerinin önümüzdeki dönem de Bursasporluların, "Anadolu Sigorta'dan yaptırmış olduğum her kasko ve trafik sigortası için kulübüme katkı sağlayacağım" düşüncesine sahip çıkıp, yakın çevresini de bu şekilde yönlendirmesi olduğunu vurguladı.

Kafana takma sigortan Groupama!

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



“Türk sigorta sektörü Ordulu sigortalıların yaralarını saracaktır”



Can Akın Çağlar

Türkiye Sigorta Birliği (TSB), Ordu’da yaşanan sel felaketinin ardından Ordulu vatandaşlara geçmiş olsun dileklerini iletti ve Türk sigorta sektörünün evi, işyeri, aracı hasar gören sigortalı vatandaşların yanında olduğu mesajını verdi. Yaşanan felaketten dolayı büyük üzüntü duyduklarını belirten Türkiye Sigorta Birliği Başkanı Can Akın Çağlar, “Tesellimiz, felaketin can kaybı meydana gelmeden atlatılmasıdır. Ordu’nun yaralarının sarılması,

sigortalıların hasarlarının karşılanması için Türk sigorta sektörü olarak üzerimize düşeni ivedilikle yerine getireceğiz” dedi. TSB, kurtarma çalışmalarının tamamlanmasının ardından sigorta şirketlerinin hasar tespit çalışmalarına hızla başlayacaklarını duyurdu. Ordu’da evi, işyeri veya aracı hasar gören sigortalıların hasar tespit işlemleri için sigorta şirketleriyle iletişime geçmesi ve işlemlerini başlatması gerektiği vurgulandı.

Güneş Sigorta çalışanları, DNA ve sağlıklı beslenme seminerinde buluştu

Güneş Sigorta, çalışanlarına yönelik düzenlediği öğle arası seminerlerinde bu kez DNA ve sağlıklı beslenme konusunu ele aldı. Güneş Sigorta Genel Müdürlük Binası 1B Konferans Salonu’nda, 12.30-13.30 saatleri arasında düzenlenen seminerde, DNA Eğitim Danışmanı Abdullah Güzey, Güneş Sigorta çalışanlarına DNA testleri ve sağlıklı beslenmeyle ilgili önemli bilgiler verdi.

Hollanda-Rotterdam Erasmus MC Üniversitesi tarafından başlatılan bu projenin Türkiye Temsilcisi Abdullah Güzey, DNA testleriyle yaşam ve beslenme şeklimizi nasıl değiştirebileceğimizle ilgili önemli ipuçları verdi. Katılımcılar tarafından ilgiyle takip edilen seminerin ardından Abdullah Güzey katılımcıların sorularını yanıtladı.



EĞİTİM GELECEĞİM SİGORTASI ile çocuğunuzun yarınları güvence altında.



Çocuğunuzun yüzü hep gülsün.

Eğitim Geleceğim Sigortası ile, hayatın getirdiği risklere karşı çocuğunuzun eğitimini güvence altına alın.

Siz de BNP Paribas Cardif'e gelin, kendinize ve sevdiklerinize değer verin. Detaylı bilgi için: 444 43 23

bnpparibascardif.com.tr



BNPPCardifTR



BNPPCardifTürkiye



**BNP PARIBAS
CARDIF**

Değişen dünyanın
sigortacısı

Unico'dan, 2020 Olimpiyatları yolunda yelkencilere büyük destek

Unico Sigorta, Türk Olimpik Yelken Milli Takımı'na 2020 Olimpiyatları yolunda destek olmak amacıyla, Türkiye Yelken Federasyonu'nun (TYF) sponsoru oldu. Unico Sigorta ve Türkiye Yelken Federasyonu arasında gerçekleşen sponsorluk imza törenine, Unico Sigorta CEO'su Cenk Tabakoğlu, Türkiye Yelken Federasyonu Başkanı Özlem Akbudak, TYF Başkan Vekili Ceyhun Üstüner ve TYF Yönetim Kurulu Üyesi Melih Dilikoğlu katıldı. Unico Sigorta CEO'su Cenk Tabakoğlu sponsorlukla ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Kurulduğumuzdan bu yana sporda amatör branşların destekçisi olduk. Sponsorluklar kulüplere destek olmanın yanı sıra sporcularımıza da büyük bir moral oluyor. Arkalarında kendilerini birbir destekleyen bir markanın olduğunu bilmek onlara güven veriyor. Ülkemizde spora ne kadar farklı dallarda destek olursak, dünyada sesimizin daha çok duyulacağına inanıyoruz. Ülkemizde çok yetenekli sporcular var, bu doğrultuda yaptığımız yatırımların bir sosyal sorumluluk bacağı da ortaya çıkıyor. Türk Olimpik Yelken Milli Takımı'nın yelkende



ilk olimpiyat madalyasını ülkemize getireceğine inancımız tam. Bu süreçte sporcularımızın yanında olacağız ve Türkiye Yelken Federasyonu'na her türlü desteği sağlamaya devam edeceğiz."

Türkiye Yelken Federasyonu Başkanı Özlem Akbudak ise Unico Sigorta'ya desteklerinden dolayı teşekkür ederken "2020 Olimpiyatları madalya hedefimiz yolunda Unico Sigorta'nın desteği bizim

için çok kıymetli. Bu zorlu süreçte federasyonumuzun yol arkadaşı olan Unico Sigorta'nın gücünü arkamıza alarak hedeflerimize ulaşacağımıza inanıyoruz" diye konuştu. 2020 Olimpiyat Oyunları'na kadar geçerli olacak anlaşma doğrultusunda, Unico Sigorta maddi desteğinin yanı sıra elementer branşta Türkiye Yelken Federasyonu'nun sigorta işlemlerini de yapacak.

Unico Sigorta'nın acente sayısı 1000'e ulaştı

Unico Sigorta, 2018 yılının ilk 6 ayında hayat dışı sigortalar prim üretimini yüzde 41 artırdı. Aynı dönemde sektör ortalaması ise yüzde 5 seviyesinde oluştu. Unico Sigorta CEO'su Cenk Tabakoğlu, bu hızlı büyümenin dinamosunun acenteler olduğu vurguluyor. Tabakoğlu, "Kendimizi acente dostu şirket olarak konumlandırdık. Acentelerimizin sayısı bugün itibarıyla 1000'i geçti. Acente ve

broker satış kanalıyla büyümek istiyor, bu doğrultuda iş ortaklarımızın dijitalleşmesine yönelik yatırımlar da yapıyoruz. Şirketimizin hızlı ve çevik bakış açısına uygun acenteleri ve brokerleri bünyemize katmaya devam edeceğiz. Son 3 yıldır içinde olduğumuz ciddi yeniden yapılanma ve dönüşüm sürecinde, bizlerle yürüyen ve rekor büyümeye imza atmamıza katkısı olan tüm iş ortaklarımıza teşekkür ediyoruz" diyor.



ERGO

ERGO'm Mobil Saniyeler İçinde Kasko Teklifi!

Acentelerimize yalnızca **"TCKN ve Plaka No"** bilgisiyle saniyeler içinde hızlı teklif oluşturma imkânı sağlayan kolaylıklar, yeni acente uygulamamız **ERGO'm Mobil**'de!



0850 211 11 11

www.ergosigorta.com

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

“Motosikletin bir araç olduğunu unutmamalıyız!”

Bazı otomobil kullanıcıları motosikletlerin trafikte bir araç olarak bulunduğunu unutuyor. Quick Sigorta Genel Müdürü Ahmet Yaşar, “Oysa motosiklet karayollarını kullanan diğer tüm araçlarla aynı haklara sahip. Hatta diğer araçlara oranla daha fazla özen göstermemiz ve dikkat etmemiz gerekiyor. Motosiklet kullanmak otomobil kullanmaya oranla çok daha fazla efor gerektiriyor” diyor. Bu konuda kamuoyunun dikkati çekmek için çeşitli çalışmalar yaptıklarını hatırlatan Yaşar, sözlerini şöyle sürdürüyor: “Bir sigorta şirketi olarak aynı zamanda toplumsal bir sorumluluğumuz var. Trafik ortak bir alan ve bu alanda tüm tarafların birbirine saygılı ve ilgili kurallara uyma durumları var. Maddi hasarlarını karşılayabiliyoruz. Bozulanı, kırılanı yerine koyuyoruz. Ancak insan hayatı yerine koyabileceğimiz bir şey değil.” Motosiklet Kullanıcıları ve Sporları



Federasyonu Başkanı Özgür Candar ise gerek federasyon olarak gerekse sayısız kulüp ve organizasyon seviyesinde sürekli eğitim çalışmaları yaptıklarını belirterek şu değerlendirmeyi yapıyor: “Trafik içinde hayatımız, malımızla hareket ediyoruz. Ancak bunun farkına kaza yapmadan varamıyoruz. Karayollarında tüm sürücülerin kurallara tam anlamıyla uyması gerekiyor. Kurallar birer kısıtlama

değil, bilimsel araştırmalar, istatistikler ve araştırmalar sonucunda ulaşılmış kurallardır. Kişisel olarak bu kuralları önemli-önemsiz diye ayıramayız. Bu nedenle bizlerde motosiklet sürücülerinin bu kurallara uyması için gerekli çalışmaları yapıyoruz. Otomobil sürücülerinin şikayetlerini, gözlemlerini alıyoruz ve bunları motosiklet sürücülerine ile paylaşıyoruz.” Trafik konusunda sadece resmi makamların değil aynı zamanda farklı alanda faaliyet gösteren şirketlerinde desteğine ihtiyaç duyulduğunu belirten Özgür, “Karayolları, trafik, otomobil, motosiklet dediğimizde bu alanda faaliyet gösteren, ürün satan, hizmet sunan binlerce şirket var. Tüm şirketleri bu alanda yaşanan sorun ve sıkıntıların azaltılması konusunda desteğe çağırıyorum. Quick Sigorta ile farklı alanlarda birlikte çalışma fırsatı bulduk. Bu tarzda desteklerin artmasını bekliyoruz” diyor.

Quick Sigorta’dan hediye yağmuru

Quick Sigorta ana sponsorluğunda düzenlenen 8. Balıkesir Uluslararası Motosiklet Festivali yoğun bir katılımı tamamlandı. Aylık Cunda Adası’nda gerçekleşen festivale yaklaşık 10 bin motosiklet kullanıcısı katılırken, etkinlik ve konserlere motosiklet kullanıcılarının dışında da büyük ilgi gösterildi. Etkinliğe katılıp Quick Sigorta standında ziyaretçilerle bir araya gelen Quick Sigorta CEO’su Levent Uluççen ve Genel Müdür Ahmet Yaşar, festivalin son derece başarılı geçtiğini belirtti. Uluççen, motosiklet dünyasına her zaman destek vermeye devam edeceklerini belirterek şu açıklamayı yaptı: “Kuruluşumuzdan bu yana motosiklet dünyası bizim için son

derece önemli bir alan. Konu sadece motosiklet trafik sigortası satmak değil. Hepinizin bildiği gibi bu alanda biraz fiyat konusu öncelikli. Bizler markamızın kimliğine uygun olarak enerjik, dinamik ve pozitif motosiklet kullanıcılarıyla bir arada olmak istiyoruz. Onların güvenliği, sigorta ihtiyaçları, sosyal etkinlikleri bizim için önemli ve bu alanlarda desteklerimiz artarak sürecek.” 3 gün boyunca Quick Sigorta standını yaklaşık 1500 motosiklet kullanıcısı ziyaret etti. Ziyaretçilerin büyük bölümü, VR (sanal gerçeklik) gözlüğüyle düzenlenen yarışmaya katıldı. 100’ün üstünde katılımcı motosiklet kaskı çekilişine katılmaya hak kazandı. Ahmet Yaşar, “Quick Sigorta’ya bu derece ilgi gösteren tüm



motosiklet kullanıcılarına teşekkür ediyoruz. GoPro kamera çekilişimize, kask hediye VR yarışmamıza yoğun ilgi gösterildi. Son derece keyifli anlar yaşadık. Onların ihtiyaçlarını dinleme, sohbet etme fırsatı bulduk. Quick Sigorta ekibi olarak en az katılımcılar kadar festivalden keyif aldık” dedi.

Türkiye'nin En Değerli 100 Markası arasına yükseldik!

Ülkemizin değerine değer katarak yükselmeyi hedeflediğimiz bu yolda,
çalışmalarımızın karşılığını görmeye başlamış olmanın gururunu yaşıyoruz.



*Brand Finance 2018 verilerine göre.

Can Yılmaz, Allianz Motto Müzik ailesine katıldı

Mizahın gizli kahramanlarından Can Yılmaz, “Önemli Olan Niyet” programıyla YouTube üzerinden yayın yapan müzik ve eğlence kanalı Allianz Motto Müzik’ten... Yılmaz’ın eğlenceli ve muhabbet odaklı içerikler sunduğu program, her cumartesi Allianz Motto Müzik Instagram hesabında izleyicilerle buluşacak. İlk bölümü yayınlanan program, bir markanın Instagram TV’ye özel olarak ürettiği ilk içerik olma özelliğini de taşıyor. Yalnızca Instagram TV’de yayınlanan programla Allianz Motto Müzik bir ilke imza atıyor. Günlük yaşamından seçtiği unsurları kendine has üslubuyla izleyicilere aktaran Can Yılmaz, tüm çekimleri cep

Allianz motto müzik

bölümünde izleyiciler, Can Yılmaz’ın İtalya’nın Elba Adası’nı ziyaret etmek isterken kendisini Marmara Adası’nda bulmasıyla yaşadıklarına

telefonunu kullanarak yapıyor. “Önemli Olan Niyet”in ilk

şahit oluyor. Can Yılmaz’ın maceraları, mobil ekranda Allianz Motto Müzik’in Instagram hesabından takip edilebiliyor. Allianz Motto Müzik, YouTube’a ek olarak Instagram, Facebook, Twitter ve Spotify’den da takip edilebiliyor.



Can Yılmaz

BNP Paribas Cardif Emeklilik müşterilerini dinliyor

Müşteri odaklı hizmet anlayışını benimseyen BNP Paribas Cardif Emeklilik, periyodik aralıklarla düzenlediği “Müşteri Konseyi” buluşmasını Feriye Sarayı İstanbul’da yaptı. TEB Yatırım Strateji Başkanı Işık Ökte’nin de konuşmacı olarak yer aldığı ve bireysel emeklilik katılımcılarının davetli olduğu toplantının gündem konuları piyasalar ve BNP Paribas Cardif Emeklilik Fon performansları olurken; müşterilerin deneyim, beklenti ve talepleri dinlendi. Ürün ve hizmet kalitesini artırma yönünde içgörüler elde etmeyi hedefleyen buluşmada, BNP Paribas Cardif Emeklilik’in müşteri odaklı iletişim aktiviteleri ve dijital pazarlama araçları hakkında bilgilendirme yapılarak internet şubesi ve mobil uygulaması tanıtıldı. Konuyla ilgili bilgi veren BNP Paribas

Cardif Banka Sigortacılığı Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Sertsöz, “Kurum olarak müşterilerimizin eğilimlerini en doğru şekilde anlamayı ve faaliyetlerimizi bu yönde geliştirmeyi çok önemsiyoruz. ‘Müşteri Konseyi’ etkinliklerimizi de müşteri odaklı hizmet anlayışı olarak tanımladığımız bu yaklaşım doğrultusunda sürdürüyoruz. Buluşmalardan edindiğimiz içgörülerle, fark yaratan çok hizmete imza attık. Bundan sonraki süreçte de katılımcılarımızın sesine kulak vermeye, beklentileri yönünde değer yaratmaya devam edeceğiz” dedi.



Gökhan Sertsöz



Olmaz demeyin, Ziraat Sigorta'ya gelin.

"Hayatta olmaz," demeyin. **Ziraat Sigorta**'ya gelin; geniş kapsamlı Özel Konut Sigortası ile yangından sele, fırtınadan depreme kadar evinizin başına gelebilecek beklenmedik birçok tehlikeye karşı önleminizi alın.



Ziraat Sigorta

Güvenceniz için daha fazlası



Müşteri İletişim
Merkezi
www.ziraatsigorta.com.tr

Ziraat Sigorta, Ziraat Finans Grubu Üyesidir.



/ziraatsigorta

AXA Sigorta, bölge stratejisini Denizlili acenteleriyle paylaştı



AXA Sigorta, insanların daha iyi bir yaşam sürmesini sağlama vizyonu doğrultusunda bölgelerini de güçlendirecek yeni stratejisi “Güçlü Bölge”yi hayata geçiriyor. Şirket, müşteri beklentilerin daha hızlı ve doğru bir şekilde karşılanması, müşteri ve acente memnuniyetinin artırılması ve karşılıklı sağlama hedefiyle hayata geçirdiği stratejisinin detaylarını Türkiye çapında AXA Sigorta CEO’su Yavuz Ölken, AXA Satış ve Pazarlama Başkanı Firuzan İşcan ve Bölgeler Stratejik Planlama ve Destek Koordinatörü İlknur Öztürk’ün katılımıyla düzenlenen il toplantılarıyla acentelerine aktarmaya başladı. Denizli ve Muğla’da düzenlenen ilk toplantılara ayrıca AXA Sigorta Bölge Koordinatörü Barış Orhunbilge, Bölge Satış Müdürü Bekir Gönültaş ve Ege Bölge Acente Satış Departmanı’ndan Evgin Karadağ ile Denizli Temsilcilik Acente Satış Departmanı Muğla Temsilciliği’nden Deniz Çetin katıldı.

“Sigorta 4.0” vizyonu

AXA Sigorta “Güçlü Bölge” stratejisi kapsamında ana paydaşlarına azami

fayda sağlama amacıyla hazırlandı. Merkezi kararlarda bölgelerin katılımını artırmayı planlayan şirket, aynı zamanda iletişimi de daha kapsamlı ve çift yönlü etkileşim sağlayacak şekilde düzenlemeyi, acente ve müşterilerin sorunlarının ilk temas noktalarında çözülmesini sağlamayı ve acentelerle merkez arasında kesin bir bütünlük oluşturmayı hedefliyor. Toplantılarda ayrıca



AXA SİGORTA

pazardaki gelişmeler ve ilgili ildeki sigorta potansiyeli masaya yatırılıyor; acentelerin görüşleri, sorun ve önerileri konuşuluyor.

Her iki toplantının da açılışını yapan AXA Sigorta CEO’su Yavuz Ölken, sektörün mevcut durumuna ilişkin bir bakış açısı sundu. AXA Sigorta’nın en büyük hedefinin sadece zararları tazmin eden bir şirket olmayı aşarak bir çözüm ortağına dönüşmek olduğunu söyleyen Ölken, müşteri

memnuniyetinin “Sigorta 4.0” vizyonuna ulaşmak için bir ön şart olduğunu ve rekabette belirleyici bir unsur olduğunu belirtti. Toplantıda yeni stratejinin detaylarını aktaran AXA Sigorta Satış ve Pazarlama Başkanı ve İcra Kurulu Üyesi Firuzan İşcan ise şu değerlendirmeyi yaptı: “Güçlü Bölge stratejisiyle müşteri ve acentelerimizin taleplerini inisiyatif olarak en doğru şekilde çözen ve şirketimizin karar alma süreçlerinde etkin bir şekilde yer alan bir bölge yapılanmasını hedefliyoruz. Bu

anlamda bölgelerimizde uzun yılların tecrübesine sahip çalışanlarımızın bilgi birikiminden faydalanmak istiyoruz. Bu strateji sayesinde sonuca giden yolda hızımızı artırma, sorunları kaynağında çözme ve kurum içerisinde daha akıcı bir şekilde iletişim kurma fırsatı yakalayacağız.”

İşcan, nihai hedeflerinin müşteri memnuniyetini ve acente bağlılığını maksimize ederek sürdürülebilir gelir ve büyüme olduğunun da altını çizdi.



*Çocuğunuzun
eğitimi güvence
altına alın.*

**EĞİTİM
SİGORTASI**

Eğitim Sigortası; anne ya da babanın, vefat veya sürekli maluliyet durumlarında, çocuğın eğitim masraflarını karşılayarak **geleceğini teminat altına alır.**

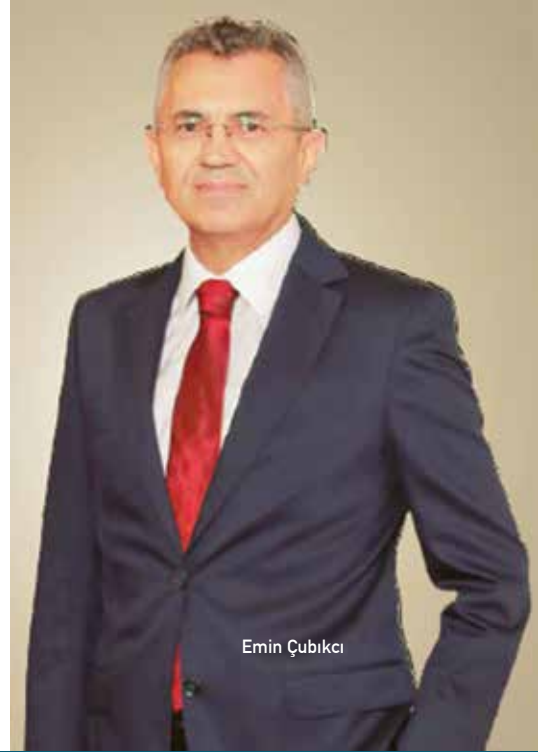
 **Türkiye
Sigorta Birliği**



Ziraat Sigorta ve Ziraat Emeklilik'ten Özbekistan'a transfer

Ziraat Sigorta ile Ziraat Emeklilik şirketlerinin genel müdürlüğünü yürüten Emin Çubıkcı, Ziraat Bankası Özbekistan Genel Müdürlüğü'ne atandı. Aynı zamanda Ziraat Sigorta'nın yönetim kurulu üyesi olan Çubıkcı, 1959 yılında Samsun Havza'da doğdu. Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Ekonometri Bölümü'nden 1984 yılında mezun oldu. Meslek hayatına 1988 yılında Ziraat Bankası Teftiş Kurulu'nda müfettiş yardımcısı olarak başlayan Çubıkcı, 1992-2002 yılları arasında müfettiş ve yönetici olarak çeşitli görevlerde bulundu. 2003-2004 yıllarında

tarımsal krediler genel müdür yardımcılığı, 2005-2006 yıllarında insan kaynakları genel müdür yardımcılığı, 2007-2008 yıllarında destek hizmetleri genel müdür yardımcılığı görevlerini yürüttü. Sonrasında grup başkanı ve koordinatör olarak görev yapan Çubıkcı ayrıca Ziraat Finansal Kiralama, Ziraat Bankası'nın yurtdışında kurulan iştirak bankaları Uzbekistan Turkish Bank ve Ziraat Bank Moscow JSC'nin yönetim kurulu üyeliklerini üstlendi. Emin Çubıkcı, 2 Mayıs 2016 tarihinden bu yana Ziraat Sigorta ve Ziraat Emeklilik'te genel müdür olarak görev yapıyordu.



Emin Çubıkcı

Ziraat Sigorta ve Ziraat Emeklilik'te Cenk Kurt dönemi

Emin Çubıkcı'dan boşalan Ziraat Sigorta ve Ziraat Emeklilik Genel Müdürlüğü görevine Cenk Kurt atandı. Cenk Kurt, 1967 yılında İstanbul'da doğdu. 1990 yılında Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun oldu. Özel sektörde 2 yıl çalıştıktan sonra sigortacılık kariyerine 1992 yılında Başak Sigorta'da başladı. 1998 yılında Başak Hayat Sigorta'da muhasebe yöneticisi olarak kariyerine devam etti. Sonra Groupama Emeklilik ve Groupama Sigorta şirketlerinde yönetici olarak çalıştı. Bu dönemde Groupama Sigorta ve Groupama Investment Bosphorus Holding denetim kurulu üyeliği, Başak Personeli Emekli ve Yardım Sandığı Vakfı'nda yönetim kurulu ile denetim kurulu üyeliği görevlerinde bulundu. 2009 yılında Ziraat Hayat ve Emeklilik'e muhasebe



Ziraat Sigorta



Ziraat Emeklilik

müdürü olarak katıldı. 2011-2012 yıllarında mali işler grup müdürü, 2012 yılı aralık ayında genel müdür yardımcılığı görevine atandı. Ziraat Hayat ve Emeklilik'in kurucusu olduğu emeklilik yatırım fonlarının fon kurulu

üyeliğinin yanı sıra Ağustos 2015'ten itibaren Ziraat Sigorta'da da genel müdür yardımcısı olarak görev alan Cenk Kurt, 26 Temmuz 2018 itibarıyla Ziraat Hayat ve Emeklilik ile Ziraat Sigorta'da genel müdür olarak görev yapıyor.

Zeyilname mi?

iki
tık tık

İŞLEM
TAMAM!

TÜRKİYE'DE
İLK!



Türkiye'de ilk defa sigortalılarımız internet sitemizden ve sesli yanıt sistemi üzerinden otomatik olarak kendi zeyillerini yapıyorlar. Şimdi **Araç Satışından Poliçe İptali Zeyili** ya da **Poliçe Plaka Değişikliği Zeyili** işleminizi anında yapın, keyfinize bakın. Acenteniz mi? Onlar size hizmet için hep hazır.



CEPTEN



NETTEN



ACENTEDEN

Zeyilname işlemlerine www.quicksigorta.com/Zeyil ve 0850 755 1 755 no'lu telefondan 7'yi tuşlayarak ulaşabilirsiniz.



www.quicksigorta.com

QUICK
SIGORTA



Vakıf Emeklilik'in “yalı sefası” sona erdi

Türkiye’de genel müdürlük binası yalıda olan tek sigorta şirketi Vakıf Emeklilik taşıyor. Evet yanlış okumadınız, Vakıf Emeklilik, İstanbul Ortaköy’deki genel müdürlük binasını boşaltıyor.

Hatırlanacağı gibi eski işadamlarından Aydın Bolak’a ait olan Ortaköy’deki yalı, yine Bolak’ın şirketlerinden

Türk Petrol’ün genel merkezi olarak kullanılıyordu. Daha sonra Aydın Bolak’ın borçlarına karşılık VakıfBank’a geçti.

Vakıf Emeklilik kurulduğundan bu yana genel müdürlük binası olarak şirkete tahsis edilen binanın apar topar boşaltılması istenmiş. Şimdi herkes VakıfBank’ın bu yalıyı kime

tahsis edeceğini konuşuyor. Orası bizi pek ilgilendirmiyor ama Vakıf Emeklilik’in nereye taşınacağını merak edip sorduk. Banka yönetimi Vakıf Emeklilik’e, bankanın eskiden eğitim amaçlı kullandığı İstanbul Levent’teki binaya taşınmasını istemiş. Ve kurum içerisinde taşınma telaşı başlamış.

MARSH’IN ORTA VE GÜNEYDOĞU AVRUPA PLASMAN LİDERİ YÜKSEKBİLGİLİ OLDU

Küresel sigorta brokerliği ve risk yönetimi şirketi Marsh’ın Orta ve Güneydoğu Avrupa Bölgesi Plasmalı Liderliği görevine Ebru Yüksekbiçgili getirildi. Uzmanlık alanı birçok iş kolu için lokal ve uluslararası plasmalı yönetimi olan Yüksekbiçgili, Türkiye’nin de aralarında olduğu 17 ülkenin plasmalı faaliyetlerinden sorumlu olacak. Yüksekbiçgili, 1996 yılında çalışmaya başladığı Marsh Türkiye’de son olarak Risk Yönetimi & Çokuluslu Şirketler Hizmet Birimi Plasmalı, Hasar Danışmanlığı ve Marsh Risk Consulting departmanlarının liderlik görevini yürütüyordu.

Ağustos ayı itibarıyla yeni görevine başlayan Ebru Yüksekbiçgili, Marsh Türkiye İcra Kurulu Üyeliği’ne de devam edecek. Yüksekbiçgili, yeni sorumluluğuyla birlikte Marsh’ın Viyana ofisinde görev yapmaya başlayacak.



Ebru Yüksekbiçgili

İstediğin Zaman, İstediğin Yerde Anında Kredi ile Yanındayız

VakıfBank Anında Kredi ile
VakıfBank Mobil ve İnternet Bankacılığı üzerinden
kredinizi kolayca alabilirsiniz.

VakıfBank, Yanındaki Güç.



VakıfBank Mobil'i indirin,
Anında Kredi'ye Başvurun.



Anında Kredi'ye VakıfBank Mobil ve İnternet Bankacılığı üzerinden VakıfBank'tan maaş alan veya almayan tüm müşterilerimiz (02.50-03.30 saatleri arası hariç) başvurabilecektir. Başvuru Bankamızca onaylandığında kredi tutarı vadesiz TL hesabına anında aktarılacaktır. Bankamız gerekli gördüğü durumda krediyi onaylamadan önce gelir belgesi talep ederek şubeye yönlendirebilir, bu hakkı saklıdır. Detaylı bilgi için: www.vakifbank.com.tr

444 0 724 | vakifbank.com.tr



VakıfBank

Burası Sizin Yeriniz

Yeri gelmişken önerilerimizi tekrarlayalım!



Dalkan Delican
BES Uzmanı

Kıdem tazminatlarının, hakların ihlaline izin vermeyecek şekilde işveren emeklilik planları çerçevesinde düzenlenmesinin önünü açalım... Katılımcıya yüzde 25 yerine yüzde 20 verilebilir. Aradaki 5 puanlık farkın da emeklilik şirketinin geliri olarak emeklilik fonlarında kalması sağlanabilir...

24 Haziran seçimleri öncesinde kaleme aldığım ve Temmuz 2018 sayısında yayınlanan makalenin başlığı "Bireysel Emekliliği tekrar gündeme getirelim" idi... 10 Ağustos 2018'de yeni ekonomi yaklaşımını açıklayan Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak da tasarruflara ve bu arada bireysel emeklilik sistemine vurgu yaptı.

Tasarruflar, makro ya da mikro olsun her ekonominin bağışıklık sistemi gibi çalışır. Bağışıklık sistemi güçlü bünyeler nasıl iç ve dış etkenlere karşı dirençliyse ekonomilerde de tasarrufları yüksek olan bireyler, kurumlar, ülkeler iç ve dış etkenlere karşı daha dirençlidir.

Tüketim ekonomisi üzerine kurulan sistemlerin sürdürülebilirliğinin uzun vadede mümkün olmadığını birçok defa bu köşede ifade ettik. Tasarruflara da en az tüketim kadar desteklememiz gerektiğini söyledik, yazdık. Evet, geldiğimiz nokta bu... "Söylemişim" demenin bir faydası yok ama artık ders çıkaralım.

Bununla birlikte 2013 ve sonrasında tasarrufları hem birey hem de makro ekonomik düzlemde artırmak için önemli adımların atıldığını, niyetin doğru olduğunu da ifade

etmiştik.

Bunun yanında izlenen yol ve yöntemlerin yanlış, yanlış, eksik olduğunu da her fırsatta

belirtmiştik.

Hazır yine konu tasarrufları artırmanın ve bu çerçevede bireysel emeklilik sistemi üzerinde bir çözüm kurgulanacaksa tarihe notumuzu düşelim:

❖ Kıdem tazminatlarının, hakların ihlaline izin vermeyecek şekilde işveren emeklilik planları çerçevesinde düzenlenmesinin önünü açalım. Hatta ilk uygulama gönüllülük esasına göre yapılabilir. Yani gönüllü işverenler kıdem tazminatı karşılıklarını çalışanın grup bireysel emeklilik planlarına yatırabilsin. Bu yönde bir düzenlemenin pek çok işvereni harekete geçireceği kanaatindeyim. İşletmelerin devamlılığına katkı yapacağı ve çalışan nezdinde kıdem tazminatı tahsilatını önemli ölçüde artıracığı inancındayım. Bu yolla tasarruflarımızın vadesi çok daha uzun olacaktır.

❖ Sadece katılımcılar değil, emeklilik şirketleri de desteklenmeli. Tüm teşviklerin katılımcılara sağlandığı bir yapı, kanaatimizce doğru bir model değil. Bireysel emeklilik araçlarının niteliğini yükseltmek için emeklilik şirketlerine her türlü destek verilmeli. Örneğin, katılımcıya yüzde 25 yerine yüzde 20 verilebilir. Aradaki 5 puanlık farkın da emeklilik şirketinin geliri olarak emeklilik fonlarında kalması sağlanabilir. Bu veya buna benzer bir yapı katılımcıların çok daha uzun vadede sistemde kalmasına sağlayacak, tahsilat devamlılığı için de reform etkisi yaratacaktır. Sağlıcakla kalın...



BİREYSEL EMEKLİLİK SİSTEMİ



Anahtar teslim Otomatik BES Garanti Emeklilik'te!

Çalışanlarınızı Garanti Emeklilik'ten Otomatik BES'li yapın,
tüm süreçlerle biz ilgilenelim, siz rahat edin.
Hemen bir Garanti şubesine gidin,
Otomatik BES başvurunuzu son güne bırakmayın.



KASKO VE KONUT hariç beklentilerde bozulma yok

2018, hemen her sektör için olduğu gibi sigortacılık için de sıkıntılı bir yıl olacağı benziyor. Oysa yılın ilk yarısında ulaşılan sonuçlar umut vericiydi. Yüzde 20'ye yakın büyüme kaydedilmişti. Ancak başta Karadeniz olmak üzere birçok bölgede etkili olan, can ve büyük mal kayıplarına yol açan sel felaketlerinin ardından bu kez de hızlı kur artışları moralleri bozdu.

Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin, olumsuzluklara rağmen sektörün yılı büyüme ve kârlılıkla kapatacağını öngörüyor. Sigorta şirketlerinin türev ürünlerle kur riskinden korunduğunu hatırlatan Çetin'e göre, artan maliyetler ve azalan satışlar nedeniyle kasko ve konut branşları olumsuz etkilenecek...

Döviz kurlarındaki artışın en çok kasko primlerine yansımaları bekleniyor. Buna bir de araç ve konut satışlarındaki azalma eklenince, sektörün lokomotif

branşlarından ikisine yönelik beklenti olumsuzla döndü. Sektör temsilcileri ise her şeye rağmen geleceğe umutla bakmaktan yana. Güneş Sigorta

Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin, “Ülkemize ve Türk insanının gücüne inancımız yüksek. Gelip geçici şirketler değiliz. Geçici gündemler ve spekülatif söylemlerle gündemimizi ve iş planımızı belirlemiyoruz. Sigorta şirketleri açısından bu durum yönetilemez değil. Tabii ki sektör ve şirket yöneticileri olarak almamız gereken önlemler var. Bunları da hızlıca alacağımıza eminim” diyor...

Bu yılın ilk 6 ayı sektör açısından nasıl geçti? Büyümeyi nasıl değerlendiriyorsunuz? Sektör hangi branşlarda büyüdü?

Sigorta sektörü, 10 yılı aşkın süredir enflasyon üzerinde büyüyor. Yılın ilk 6 ayında da bu ivmeyi devam ettirerek hayat dışında yüzde 21, hayat branşında ise yüzde 16 büyümeyle 28 milyar TL prim üretildi. Bu büyüme sektör açısından yeterli olmamakla birlikte önemli bir başarı olarak görüyoruz. İlk 6 ay büyüme kaydeden branşlar hastalık-sağlık (yüzde 22.33), kasko (yüzde 13.7) nakliyat (yüzde 21.34), genel zararlar (yüzde 20.28), kara araçları sorumluluk (yüzde 32.48) ve mühendislik (yüzde 25.17) oldu.

Sektör için yıl sonu büyüme beklentiniz nedir?

Yılın tamamının da yine aynı oranlarda büyümeyle tamamlanacağını öngörüyoruz. Araç satışlarındaki düşüş nedeniyle kasko branşında bir önceki yıla göre hafif bir gerileme olsa da sektör yılı büyümeyle kapatacaktır.

Kur artışı sigorta sektörünü nasıl etkileyecek? Hangi branşlar daha fazla etkilenebilir?

Sigorta sektörü 160 milyar TL aktif büyüklüğüyle ekonomimizin önemli aktörlerinden biri.

GÜNEŞ SİGORTA

Ardıl bir sektör olduğumuz için tabii ki ekonomide yaşanan gelişmelerden, kurun dalgalı seyrinden etkilenmemiz olağan. Kur artışının sektörün mali yapısını etkileyeceğini düşünmüyorum. Sigorta şirketleri fon yönetimi yapan büyük şirketler. Dolayısıyla türev ürünlerle bu risklere karşı kendimizi sigortalıyoruz. Ülkemize ve Türk insanının gücüne inancımız yüksek. Gelip geçici şirketler değiliz. Geçici gündemler ve spekülatif söylemlerle gündemimizi ve iş planımızı belirlemiyoruz. Sigorta şirketleri açısından bu durum yönetilemez değil. Tabii ki sektör ve şirket yöneticileri olarak almamız gereken önlemler var. Bunları da hızlıca alacağımıza eminim. Döviz kurlarındaki artış ve dalgalanmadan en fazla etkilenecek branş, parça fiyatlarındaki artış nedeniyle kasko olacaktır. Kasko branşında hasarların yaklaşık yüzde 70’ini yedek parça, yüzde 30’unu ise işçilik maliyetleri oluşturuyor.

Yedek parçaların büyük bir kısmı yurtdışından ithal ediliyor ve kur artışından etkilenme oranı yüksek. Fiyat artışları ise kur artış oranı nispetinde değil, kademe kademe oluyor.

2017 yılının ağustos ayında sektörün kasko branşında ortalama primi 1.153 TL’ydi. Sigorta Bilgi Merkezi (SBM) KOKPİT verilerine göre, 1-13 Ağustos tarihleri arasında ortalama primse 1.333 TL oldu. Bu da yüzde 15.6 artışa işaret ediyor. Buna karşılık, temmuz ayı verilerine göre hazırlanan kur sepeti geçen yıla göre yüzde 20 arttı. Kur sepetinin, Amerikan Dolar getirisinin yüzde 40’ı, Euro’nun da yüzde 60’ı alınarak oluşturulduğunu belirtelim.

Son zamanlarda yaşanan dolu, fırtına, sel, heyelan gibi olayların sektöre etkisini değerlendirebilir misiniz?

Küresel ısınma kaynaklı sel, heyelan, fırtına, dolu gibi olaylar ülkemizde ve dünyada artık çok sık yaşanıyor. Hemen her gün ülkemizin bir noktasında doğal afet görülebiliyor. Bu konuda hem toplumun bilinçlenmesi ➡



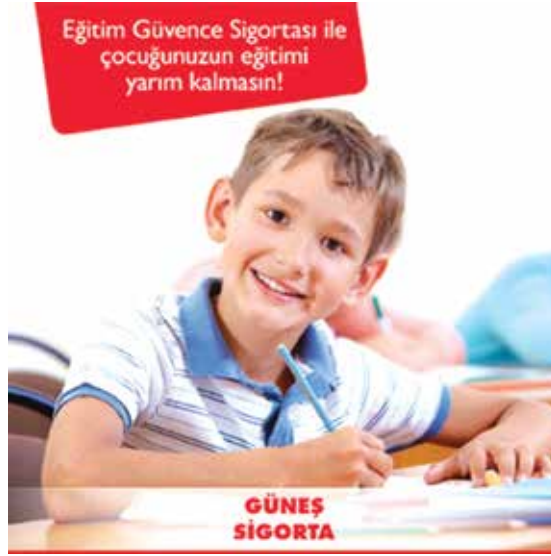
hem de sigortalılık oranının artması gerekiyor. Doğal afetlere karşı konutlarda ve işyerlerinde sigortalı oranı çok düşük. Hemen her gün memleketimizin bir bölgesinde sel dolayısıyla hasarlar meydana geliyor. Tıpkı zorunlu deprem sigortası gibi, başta sel olmak üzere doğal afet teminatlarının da konutlarda yaygınlaştırılmasının, KOBİ'lerde zorunlu hale getirilmesinin tartışılması lazım.

Güneş Sigorta için yılın ilk yarısı nasıl geçti, yıl sonu beklentileriniz nedir? Hangi branşlarda büyüyeceksiniz?

2018 yılının ilk yarısında elde ettiğimiz sonuçlarla yıl sonu için belirlediğimiz hedefler tamamen örtüşüyor. Bu sonuçlar, hedeflerimize ulaştığımızın en önemli başarı göstergesi. Sigorta sektöründe bu yıl da tamamlayıcı sağlık sigortası yoğun talep görmeye devam ediyor. Ayrıca müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentilerine göre özelleştirilebilen kasko ürünlerimizde ve yangın, ferdi kaza, mühendislik ürünlerimizde de büyüme öngörüyoruz. Yılın ilk yarısında yakaladığımız bu ivmeyi; güçlü acente ağımız, müşteri odaklı ve inovatif yaklaşımımızla devam ettirip 2018'i büyümeyle kapatacağız. Tabii bu büyümede banka kanalından sağlanan primlerin artışı önemli etken olacaktır.

Tamamlayıcı sağlık sigortası primlerinin yüksekliğinden şikâyet ediliyor. Bu ürünün fiyatı neden ucuzlamıyor?

Tamamlayıcı sağlık sigortalarında hem bizim hem de sektörün verdiği fiyatlar oldukça rekabetçi durumda. Bu üründe yaşa ve bulunulan ile göre özel fiyatlama yapılıyor. Bilinçlendirme ve bilgilendirme



çalışmaları arttıkça ürün havuzu da genişleyecektir.

Güneş Sigorta sağlık sigortalarında nasıl bir strateji izliyor?

Yılın ilk 6 ayında sağlık branşında yüzde 33.37 büyüme yakaladık. Büyümenin büyük bölümü ferdi poliçelerden geliyor. Yıl sonuna kadar bu branşta büyüme ivmemizin artarak devam edeceğini söyleyebilirim. Tamamlayıcı sağlık sigortası ürününde iyi bir gelişme yakaladık. Bu yılları bilinçlendirme dönemi olarak görüyoruz. Eğer iyi değerlendirebilirsek Türkiye sigorta sektörü olarak sürdürülebilir bir sağlık sigortası yapısına kavuşabiliriz. Çünkü artan maliyetlerle birlikte özel sağlık sigortalarının yönetimi zorlaşmıştı.

Bu anlamda tamamlayıcı sağlık sigortası sektörün nefes almasını sağladı. Bu ürünün sigorta şirketleri tarafından çok iyi anlatılması lazım ki poliçe sayısı artsın. Ürünlerimizi müşteri odaklı, tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerine göre şekillendirerek bu alanda iddialı şirketlerden biri olmayı sürdüreceğiz.

Güneş Sigorta olarak bireysel mi yoksa kurumsal sigortalarda mı daha etkin olacaksınız? Bu yıl hangi branşlar için zor geçti?

Güneş Sigorta hem kurumsal hem de bireysel sigortalarda etkin bir şirket. 61 yıllık marka olmanın verdiği güven ve tecrübeyle kurumsal sigortalarda oldukça önemli işlere imza atıyoruz. Yine aynı şekilde son tüketiciye hitap eden kasko, konut, sağlık ürünleriyle de etkili bir şirketiz. 2018 yılında sektör olarak büyümede zorlanılacak branşlar, son aylarda araç satışlarının azalmasına bağlı olarak kasko ve son zamanlardaki konut kredilerindeki düşüş nedeniyle konut olacaktır.



Kasko ve trafik sigortaları kârlılık anlamında hala sıkıntılı mı?

Trafik sigortasında havuz uygulaması sonrasında fiyatlar yavaş yavaş belli bir noktaya geliyor. Ancak hala kârlılığı yakalamak zor. Kasko genel olarak kârlığın yakalandığı bir alan ama bu yıl kur artışı ve araç satışlarının azalması nedeniyle zorlanılıyor. Genel olarak sektörün bu branşta kârlılığını sürdürebilmesi için fiyat rekabetinin akıllıca yapılması gerekiyor.

Havuz ve tavan fiyatla ilgili görüşleriniz nedir? Bu uygulamalar devam edecek mi? Etmeli mi?

Havuz en iyisi değil ama bir çözüm. Artık bu tartışmadan çıkıp havuzu bir kenara bırakmamız gerekiyor. Fiyatlarla ilgili ise havuzun içinde de doğru seviyeye gelebiliriz diye düşünüyorum. Hep birlikte, işbirliği içinde havuzu geliştirebiliriz.

Bu uygulamanın önümüzdeki dönemde de devam edeceğini düşünüyorum. Tabii ki olması gereken serbest tarife uygulaması. Ancak son yıllarda yaşananlar dolayısıyla sektörümüz çok büyük imaj kaybına ve zarara uğradı. Havuz uygulaması bu sorunların çözümü için önemli bir adım oldu.

Teknik tarafta kârlılık nasıl gidiyor? Sektör ve Güneş Sigorta yılı kârlı kapatabilecek mi?

Hem Güneş Sigorta hem de sektör yılı belirli oranda kârlılıkla kapatacağıdır. Özellikle mali gelirlerden sağlanan kârlılık yüksek olacaktır. Teknik kârlılık ise hem sektörü hem de bizi zorlayan konulardan biri. Sigortacılık alanında sağlanan teknik kârın yüksek olması şirketleri ve sektörümüzü geliştirir. Aksi durum ise mali kârlılığın morfin etkisi olacaktır.



Banka kanalından yapılan üretimin payı ne kadar? Bu alanda istediğiniz verimi aldığınızı söyleyebilir misiniz?

İlk 6 ayda banka dağıtım kanalından elde ettiğimiz 139 milyon TL'lik prim üretiminin toplam içindeki payı yüzde 15.8'e karşılık geliyor. Bu yıl banka kanalında, ana sermayedarımız VakıfBank üst yönetiminin desteğiyle oldukça iddialı hedeflere sahibiz. Banka kanalında önceki yıla oranla yüzde 50 civarında üretim artışı sağladık. Banka dağıtım kanalında büyümeyi devam ettirerek 300 milyon TL prim üretimine ulaşmayı hedefliyoruz.

Bütün üretim kanallarımızda, branş ayrımı yapmaksızın her türlü poliçeyi düzenliyoruz. Ancak acente ve broker kanalında daha çok ticari işler yazılıyor. Banka kanalında kişilerin sağlığını, maddi varlıklarını, banka hesaplarını korumaya yönelik temel sigorta ürünlerini tasarlayıp satışa sunuyoruz. Hatta satışı daha etkin ve kolay kılmak için VakıfBank ile

yürüttüğümüz bankasürans projesi hız kazandı.

Gündeminizde yeni ürünler, yenilikler var mı?

Bireysel müşterilerimize yönelik birçok ürün alternatifimiz var. En yenilerden bahsedecek olursak, 2017 yılı içerisinde banka müşterilerimiz için "Şifrem Güvende" ürünümüzü tanıtmaya başladık. Bu ürün, müşterilerimizin kart şifrelerinin kötü niyetli insanların eline geçmesi halinde uğrayabilecekleri zararı belirli limitlerle teminat altına alıyor. Sağlık harcamalarının SGK tarafından karşılanmayan kısmını teminat altına alan tamamlayıcı sağlık sigortası ürünümüz de özellikle banka kanalında yoğun ilgi gördü. Buna ilave olarak, primi daha da uygun olan üç paketlik "Güneşim Cankurtaran Acil Sağlık Sigortası"nı uygulamaya alıyoruz.

Banka kanalındaki mevcut kasko, konut, işyeri yangın, inşaat all risk, özel sağlık sigortası, DASK, TARSİM, nakliyat, mühendislik branşlarındaki hacimimizi de artırmaya çalışıyoruz.

19 TULUM, 17 CİLT USTASI MEZUN OLDU



Anadolu Sigorta tarafından hayata geçirilen “Bir Usta Bin Usta” projesi kapsamında Artvin Arhavi’de açılan Tulum Yapımı kursunu başarıyla tamamlayan 19 kursiyer mezun oldu. İstanbul Fatih’te açılan Cilt Yapımı kursu ise 17 cilt ustasını mezun etti...

ARTVİN - TULUM YAPIMI

Tulum, deri önü yırtılmadan olduğu gibi çıkartılmış kuzu, koyun ve oğlak derisinden yapılır. Kesim sırasında deri çok dikkatli bir şekilde tulum olarak çıkarılır. Suyla karışık ateş külünde iki üç gün bekleddikten sonra tüylerin dökülmesi sağlanır ve tabakalama işlemi yapılarak, baş ve arka kısmı tersten sıkıca bağlanır. Ön ayakları birbirine bağlanarak şişirilip asılır ve sürekli badem yağı veya gliserin sürülür. Dışının güzel görünmesi için üzerine değişik renk ve desenlerle kılıf geçirilir. Gövde kısmının boğumları kesilir. Temizledikten sonra kurutulur. Delikler sıkıca bağlanır. Üst deliğe ise bir oluk atılır. Bu kısma “nav” denir. Genellikle şimşir ağacından yapılır. Navın oluk kısmına iki sıra halinde perdeli kamışlar yerleştirilir. Bu kamış veya borular tek de olabilir. İki borulu olanlarda delik sayısı birinde 2, diğerinde 5’tir. Tek borularda ise delik sayısı üstte 6, altta 1 adettir. Navın tulumla bağlanan kısmının ucuna ince kamıştan düdük şeklinde dillik konulur. Sesin çıktığı kısım daha geniştir. Böylece meydana gelen alete tulum adı verilir.



Anadolu Sigorta’nın kaybolan ya da kaybolmaya yüz tutan mesleklerle ilgini artırmak ve bu meslekleri yeniden canlandırmak amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın teknik danışmanlığında yürüttüğü “Bir Usta Bin Usta” sosyal sorumluluk projesinin Artvin Tulum Yapımı Kursu, 26 Temmuz 2018 tarihinde Arhavi Halk Eğitim Merkezi’nde düzenlenen törenle tamamlandı. Eğitimciliğini Fatih Arslan’ın yaptığı Tulum Yapımı kursunu başarıyla tamamlayan 19 kursiyer, 19 Mart 2018 tarihinde başlayan kursta 4 ay boyunca 392 saat eğitim görerek birer usta adayı haline

geldi. Kursiyerler katılım belgelerini Arhavi Kaymakamı Hasan Ongu ve Arhavi Belediye Başkanı Coşkun Hekimoğlu'nun katıldığı Arhavi Halk Eğitim Merkezi'nde düzenlenen kapanış töreninde aldı.

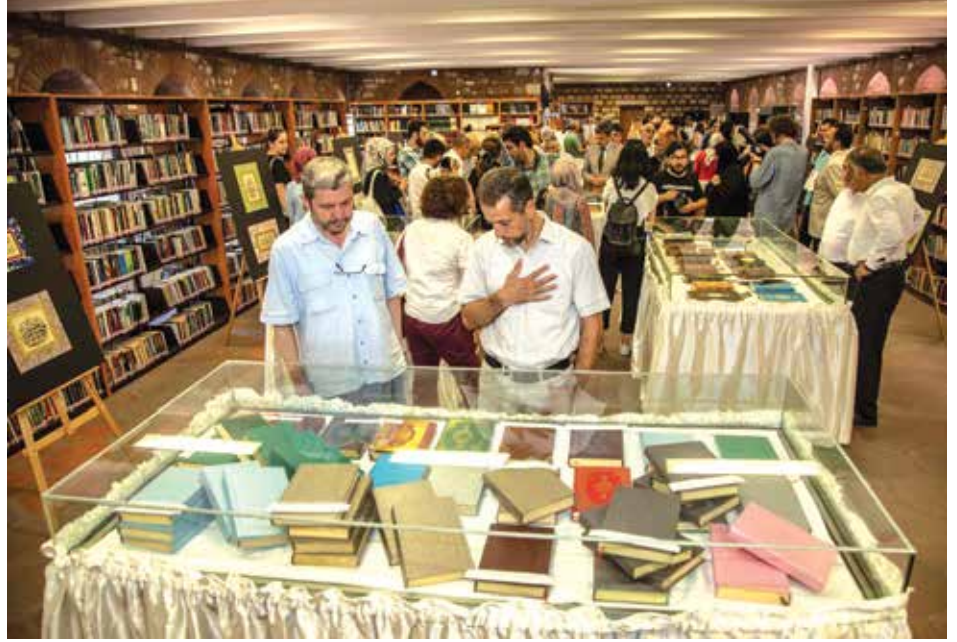
4 ayda 384 saatlik cilt yapım eğitimi

Yine "Bir Usta Bin Usta" projesi kapsamında düzenlenen İstanbul Cilt Yapımı kursu, 2 Ağustos'ta Orhan Kemal İl Halk Kütüphanesi'nde düzenlenen törenle tamamlandı.

Eğitmenliğini Rafet Güngör'ün yaptığı İstanbul Cilt Yapımı kursunu başarıyla tamamlayan 17 kursiyer, 19 Mart'ta başlayan kursta 4 ay boyunca 384 saat eğitim görerek birer usta adayı haline geldi. Kursu başarıyla tamamlayan kursiyerlere katılım sertifikaları, Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü Genel Müdür Yardımcısı Yusuf Şahin, İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürü Dr. Coşkun Yılmaz ve Anadolu Sigorta Kurumsal İletişim Müdürü Berna Ergünten'in katıldığı törende takdim edildi. Kurs süresince usta adaylarının şekil verdiği ürünler Orhan Kemal İl Halk Kütüphanesi'nde bir hafta boyunca sergilendi.

Her yıl 5 ilde, 5 mesleki kurs

Anadolu Sigorta'nın 2010 yılında hayata geçirdiği "Bir Usta Bin Usta" sosyal sorumluluk projesi kapsamında her yıl 5 ilde, 3 ila 6 ay arasında değişen eğitim programlarıyla 5 mesleki kurs düzenleniyor. Kurslar aracılığıyla bir yandan yerel mesleklerin kaybolması engellenirken diğer yandan kurslara katılan genç usta adaylarına yeni iş olanakları yaratılmış oluyor. "Bir Usta Bin Usta" Projesi ile ilgili detaylı bilgiye www.birustabinusta.com.tr adresinden ulaşabilirsiniz.



İSTANBUL - CİLT YAPIMI

Bir mecmua veya kitabın yaprakları ve sırası bozulmadan bir arada tutabilmek için yapılan koruyucu kapağa "cilt" denir. Cilt, Arapça kökenli bir kelime olup "deri" anlamına gelir. Klasik cilt yapımında kullanılan en uygun malzeme deri olduğu için bu ismi almıştır. Esere takılan kapağa cilt, cilt ustalarına mücellit veya mücelli de denir.

Cilt ve ciltçiliğin tarihi çok eskidir. Kâğıdın icadından önce parşömen ve papirüs üzerine yazılan yazılar rulo şeklinde, tahtadan

yapılmış kutularda saklanırdı. Daha sonra parşömenler katlanarak formalar haline getirilmiş ve dikilerek ciltlenmiştir. Türk cilt sanatı Uygurlarla başlamıştır. Türkler kâğıt yapmayı Çinlilerden öğrenmiş ve cilt yapmaya başlamıştır. Karahoca'da 8'inci yüzyıla ait ilk örneklerin devamına da rastlanmıştır. İslâm cilt sanatının Mısır ve Tunus'ta bulunan 10-13'üncü yüzyıllar arasındaki ciltlerle başladığı kabul edilir. Bütün İslâm ciltlerinin benzerlikleri dikkat çekicidir. 11'inci yüzyılda

Anadolu'ya hâkim olan Selçuklular 200 yıl boyunca sanatlı ciltler meydana getirmiştir. Rumî adı verilen Anadolu Selçuklu cilt üslubu Memluklar, İlhanlılar ve Anadolu beyliklerinde devam etmiştir. Beyliklerden Osmanlı'ya intikal eden tarz 15'inci yüzyıl Memluklu ciltleriyle büyük benzerlikler arz etmektedir. Klâsik Osmanlı ciltçiliği Türk ve İslâm cildinin zirvedeki temsilcisi olmuştur.





Deneme çekiminde oynadığı rol beğenilince sunuculuk teklifi aldı. “Elime mi yapışır” dedi, yapıştı, yakıştı... Ali İhsan Varol, “Neredeyse ömrümün dörtte birini Kelime Oyunu ile geçirdim. Bu oyun hayatımı değiştirmenin ötesinde inşa etti” diyor...

Ekranların sempatik sunucusu Ali İhsan Varol’u, Kelime Oyunu yarışmasıyla tanıyoruz. Bu programla Türk Dil Kurumu’ndan ödül alan Varol, samimiliği ve doğallığıyla, Türkçeyi düzgün kullanma konusundaki dikkatiyle gönülleri fethetmiş bir isim. Prodüksiyon asistanlığından metin yazarlığına, set amirliğinden sunuculuğa televizyonun hemen her alanında çalışan Varol’u, Kardeş Payı dizisindeki Yiğit karakterinin yanı sıra Babam, Kaçma Birader, Düğün Dernek 2 ve son olarak Aşk Oyunu filmlerindeki küçük rollerde izledik. Yoğun çalışma temposunun ardından tatil döneminde yakalayabildiğimiz Ali İhsan Varol ile keyifli bir sohbet yaptık.

Varol, “Haftanın bazen altı, bazen de yedi günü süren bir yarışma programı hazırladığımız için yaz döneminde mümkünse tatil yapmaya çalışıyoruz. Her zaman mümkün olmuyor, mümkün olduğunda da zaman yetmiyor” diyor...



Astronomi ve uzay bilimi, tarih, kamu yönetimi bölümlerini yarım bırakmışsınız. Özel bir sebebi yoksa anlatabilir misiniz?

Sebebi özel değil. Aksine oldukça genel. Ülkemizdeki lise mezunlarının büyük bir kısmı gibi kafamda koca bir soru işaretiyle üniversite sınavında tutturabildiğim yere girdim. Genele pek uymayan eylemimse bunu iki defa daha denemem oldu. Ama sonuç değişmedi. Neticesinde öğrencilikten farklı şeylerle ilgilenmeye başladım ve eğitim hayatım bitti.

Beyaz cam ile nasıl tanıştınız, Kelime Oyunu yarışmasına nasıl sunucu oldunuz?

1996 yılından bu yana en kaba tarifile televizyoncuuyum. Farklı

farklı görevlerle, hemen her noktasında çalıştım. Kelime Oyunu'yla ise 10 yıl kadar önce yolumuz keşişti. O beni değiştirdi, ben de onu değiştirdim.

O zamanlar bir kanalda metin yazarlığı yapıyordum. Ek iş olarak Kelime Oyunu'nun sorularını yazmam, yapısıyla ilgili çalışma yapmam istendi.

Daha sonra soruların işleyişini görmek için bir deneme çekimi yaptık.

Soruları hazırladığım için sunucuyu ben oynadım, ekip arkadaşlarım da yarışmacıları... O kayıt yöneticilere götürüldü. Beğenildi. Yarışmanın hem sunuculuğunu hem editörlüğünü yapmam için teklifte bulundular. "Elime mi yapışır" dedim kabul ettim. Yapıştı...

Yakıştı da... Kelime Oyunu'nun bu kadar ilgi görmesini bekliyor muydunuz?

En azından 10 yıl süreceğini beklemiyordum. Neredeyse ömrümün dörtte birini Kelime Oyunu ile geçirdim. Hayatımı değiştirmenin ötesinde, inşa etti demek daha doğru olur. İlginçtir, hiç sıkılmadım. Özümde çekingen, çabuk ilişki kuramayan biriyim ben. Kelime Oyunu sayesinde binlerce insanla tanıştım. Yabani taraflarım biraz da olsa törpüldü.

Türkiye'de yarışma programlarına ilgi nasıl?

Yarışmaları seviyoruz. Ödülleri de seviyoruz. Neyse ki pek ödül vermeyenleri de seviyoruz...

İş dışında nelerle uğraşıyorsunuz, hobileriniz var mı?

Eskiden iki kedi ve iki köpeklerle birlikte yaşıyordum. Şimdi yalnızım. Bahçemle ilgilenmeye çalışıyorum ama pek vakit ayıramıyorum.

Kardeş Payı'nda önemli bir rolünüz vardı. Son olarak Aşk Oyunu filminde gördük sizi. Gündemde yeni bir dizi veya film var mı?

Hayır. Zevkli ama benim için çok zor bir iş oyunculuk. Şu sıralar Kelime Oyunu'ndan başka hiçbir şeyle ilgilenmemem lazım.

Hayatta altın bir kuralınız var mı?

Tanıdığım tek kural, Ahmet Kural!

Sigorta deyince aklınıza ne geliyor? Sigortayla aranız nasıl?

Sigorta Venedikçe kökenlidir ve güvenlik, emniyet anlamlarına gelir. Benim aklıma da o kelimeleri getiriyor. Kendime ait özel sigortam yok ama oğlum ve annesi için yaptırdım. Kendime niye yaptırmadım bilmiyorum. Biraz kadercilik galiba...



ÜÇ ÜNİVERSİTEYİ DE YARIM BIRAKTI

1976 İstanbul doğumlu Ali İhsan Varol, önce Ankara Üniversitesi Astronomi ve Uzay Bilimleri, sonra İstanbul Üniversitesi Tarih Bölümü, ardından da Anadolu Üniversitesi Kamu Yönetimi (Açıköğretim) Bölümü'nde okumaya çalışmış, ancak üçünü de bitirmeden bırakmış. Ankara'daki

eğitimi yarım bıraktığında Bodrum'a gitmiş ve 1.5 yıl otomobil kiralama işinde çalışmış. Turizm sektöründe bir süre çalıştıktan sonra televizyon dünyasına geçip 4 yıl kadar prodüksiyon asistanlığı yapmış. Ardından metin yazarlığına başlamış, Çarlı dizisinin ana karakteri olan şempanzenin bakıcılığını üstlenmiş, o dönem aynı evde yaşamışlar.



Passaparola, İkinci Bahar, Cumartesi ve Pazar Sürprizi, Hugo gibi programlarda set amirliğinden metin yazarlığına farklı deneyimler yaşayan Ali İhsan Varol, "Kelime Oyunu" yarışma programıyla ekran karşısına geçti. Kardeş Payı dizisinde oynadı. Babam, Kaçma Birader, Düğün Dernek 2 ve Aşk Oyunu filmlerinde küçük de olsa roller aldı.

42 BİN ÇOCUĞUN MOTTOSU HAREKET OLACAK



Aylin Somersan Coqui

Allianz Türkiye, sürdürülebilirlik stratejisinin rehberliğinde tasarladığı kurumsal sosyal sorumluluk programı “Allianz Motto Hareket” için start verdi. Allianz Türkiye CEO’su Aylin Somersan Coqui, çocukların hareket ve spor yoluyla sağlıklı büyümelerine ve gelişim göstermelerine katkı sağlayacak “Allianz Motto Hareket” ile 8 yılda, 7 bölgeden 42 bin çocuğa ulaşmayı hedeflediklerini açıkladı...

Allianz Türkiye, 7-12 yaş grubu çocukların hareket ve spor yoluyla sağlıklı büyümelerine ve gelişim göstermelerine katkı sağlayacak yeni kurumsal sosyal sorumluluk programı “Allianz Motto Hareket”i, düzenlediği bir basın toplantısıyla tanıttı. Allianz Türkiye CEO’su Aylin Somersan Coqui’nin ev sahipliğinde yapılan toplantıya; Sosyal İnovasyon Merkezi kurucusu, program koordinatörü Suat Özçağdaş, eğitim modüllerini geliştiren, Ortadoğu Teknik Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bölümü Öğretim Görevlisi Prof. Dr.

Mustafa Levent İnce ve ekibinin yanı sıra program paydaşları Ege Çağdaş Eğitim Vakfı (EÇEV) Genel Sekreteri Şule Keskiner, Koruncuk Vakfı Genel Müdürü Ayşe Güveniş, Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) Genel Müdürü Sait Tosyalı ve Türkiye Atletizm Federasyonu IAAF Çocuk Atletizmi Proje Koordinatörü Necdet Ayaz da katıldı.

Allianz Motto Hareket, çocuklara yönelik sınıf içi ve sınıf dışı eğitim modülleri ile saha etkinliklerini içeren eğitim programı, sınıf öğretmenlerine yönelik burs desteği ile gönüllülük programından oluşan çok paydaşlı ve kapsamlı bir

kurumsal sorumluluk projesi olarak tasarlandı. Projenin sınıf içi çalışmalarıyla çocukların spor ve hareket konusunda bilgi ve becerileri artırılacak. Sınıf dışında, farklı spor dallarıyla zenginleştirilmiş fiziksel aktiviteler yapılacak. Saha çalışmaları ve açılacak iletişim platformlarıyla Allianz Türkiye’nin çalışanları, acenteleri, tedarikçileri ve müşterileri, çocuklar ve aileleriyle buluşturulacak. 8 yıl sürmesi hedeflenen program sayesinde Allianz Türkiye, spor ve hareket kültürünün toplumda yaygınlaşmasına katkıda bulunmayı hedefliyor. Bu doğrultuda da programı “Motto



Hareket Sahada”, “Motto Hareket Okulda” ve “Motto Hareket Şenlikte” uygulama alanlarına bölüyor.

Test çalışmaları başlayan “Motto Hareket Sahada” aktivitelerinin pilot uygulaması, 2018-2019 eğitim öğretim yılında EÇEV, Koruncuk Vakfı ve TEGV çocuklarıyla yapılacak. “Motto Hareket Okulda”, 2019-2020 öğretim yılından itibaren Milli Eğitim Bakanlığı’nın desteğiyle yatılı bölge okullarında (YBO) devam edecek. Yine aynı kapsamda uygulanacak sınıf öğretmenliği burs desteği, 2020 yılı itibarıyla başlatılacak. Kurumsal sosyal sorumluluk programı, “Motto Hareket Şenlikte” aktiviteleriyle de programın topluma yaygınlaştırılması sağlanacak. Programın uygulandığı sivil

toplum kuruluşları (STK) ve okullarda yılda iki defa çocukların ve Allianz Türkiye gönüllülerinin katılımıyla gerçekleştirilecek şenliklerin yanı sıra programın uygulandığı şehirlerde yılda bir defa da halka açık etkinlikler düzenlenecek.

KSS programının rehberi, sürdürülebilirlik stratejisi

Toplantıda konuşan Allianz Türkiye CEO’su Aylin Somersan Coqui, sigorta sektörünün ilk sürdürülebilirlik modelini

uygulamaya alan şirket olduklarını hatırlatarak şu değerlendirmeyi yaptı:

“Programımızı tasarlarken, sürdürülebilirlik modelimizin temelini oluşturan önleyici çözümler sağlama çerçevesinde düşündük. Amacımız

çocukların sağlıklı gelişimlerine katkıda bulunmak. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve uzmanlar, çocukların her gün en az 60 dakika fiziksel aktivite yapmasını öneriyor. Oysa araştırmalar, Türkiye’de 6-11 yaş grubu çocukların yüzde 58,4’ünün düzenli bir egzersiz yapmadığını gösteriyor. Bu gerçeklerden hareketle, paydaşlarımızla birlikte yürüttüğümüz titiz bir çalışmayla, gelecek nesillerde spor ve hareket konusunda kültürel bir dönüşüm yaratmayı hedefleyen bir program geliştirdik. Allianz Grubu’nun ‘Gelecek Nesilleri Cesaretlendirmek’ misyonundan yola çıkarak merkeze çocuklarımızı aldık.”

8 yılda 42 bin çocuğa ulaşılacak

Allianz Motto Hareket ile 8 yıllık bir perspektif oluşturduklarına dikkat çeken Aylin Somersan Coqui, “Çocuklarımıza sadece hareket becerisi kazandırmanın ötesine geçen, yaşamları boyunca kullanabilecekleri, karakter



gelişimi, bağ kurabilme, aktif katılım ve özgüven becerilerini kazandıracak, akademik, sosyal ve duygusal özelliklerinin gelişimini sağlayacak bir modelle ilerleyeceğiz. 8 yılın sonunda 7 bölgede, 3 STK ve 105 yatılı bölge okulunda 42 bin çocuğa ve 41 bin 550 aileye ulaşmayı hedefliyoruz.

Ayrıca projenin ilerleyen aşamalarında sınıf öğretmenliği burs desteğini başlatarak; 63 ilde 69 üniversitedeki 4 bin 50 sınıf öğretmeni adayına programımızla ilgili eğitim vereceğiz. Ataması yapılacak 735 sınıf öğretmeni adayına da spor ve eğitim setinin yanı

sıra 'mesleğe hoş geldin bursu vereceğiz. Çalışanlarımızı ve 4 bin acentemizi de gönüllü olarak programımıza dahil edeceğiz. 737 adet Motto Hareket Şenliği düzenleyeceğiz. Böylelikle programımızın ülke çapına yayılımına destek olacağız" ifadelerini kullandı.

ALLIANZ MOTTO HAREKET PROGRAMI NASIL İŞLEYECEK?



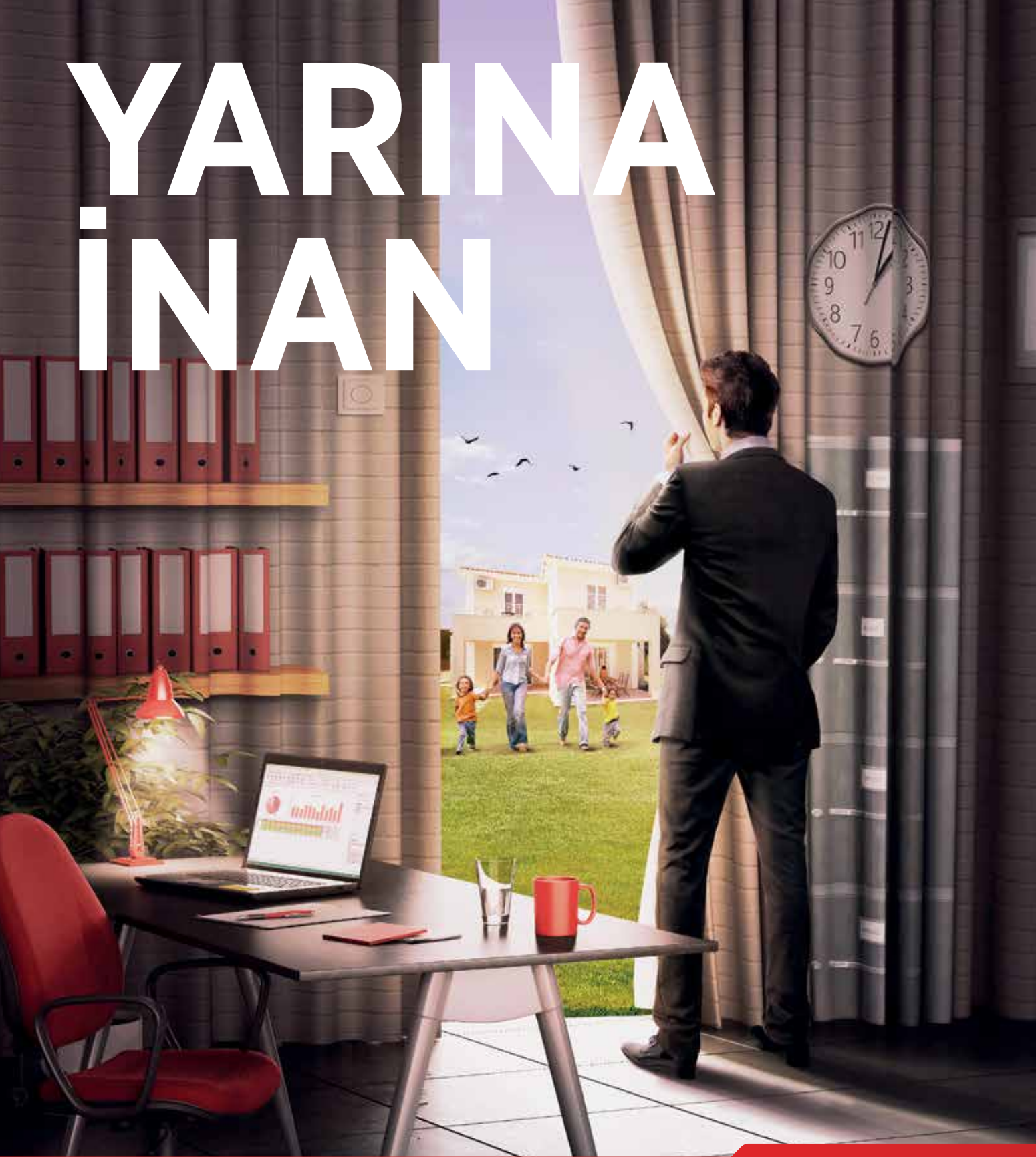
- Sınıf dışı ve sınıf içi eğitimleri ile saha çalışmalarından oluşan program kapsamında çocuklara 16 hafta süresince her hafta 80 dakika spor ve hareket eğitimleri verilecek. Bu eğitimleri STK'larda gönüllüler, YBO'larda ise beden eğitimi öğretmenleri üstlenecek.
- Sınıf içi çalışmalarda, çocukların spor ve hareket konusunda bilgi ve becerilerini artırmaya odaklanılacak. Vücudunu doğru kullanma, sağlıklı beslenme, sporda ilk yardım, takım çalışmasının önemi, empati, özgüven, spor kültürü, ilham veren sporcu hikayeleri ve sportmenlik gibi alanlarda verilecek eğitimlerle kültürel birikimlerine ve sosyal gelişimlerine katkı yapılacaktır.
- Sınıf dışı çalışmalarda, çocukların farklı spor dallarıyla zenginleştirilmiş fiziksel aktiviteler yapması hedeflenecek. Çocukların yaş ve gelişim özellik-

lerine uygun nitelikte çocuk atletizmi, cimmastik, sepet topu, bocce, doğada yön bulma ve tag ragbi gibi spor dallarıyla tanışmaları sağlanacak. Söz konusu sporların yapılabilmesi için STK ve YBO'lara olanaklarını geliştirecekleri altyapı desteği sağlanacak.

● Saha çalışmaları ve kurulacak iletişim platformlarıyla, spor ve hareket kültürünün toplumda yaygınlaşmasına katkıda bulunulacak. Çocuklar, aileleri, Allianz Türkiye çalışanları, acenteleri, tedarikçileri ve müşterileri de süreçte dahil edilerek ekosistem genişletilecek. Programın uygulandığı STK ve okullarda yılda iki defa çocukların ve Allianz Türkiye gönüllülerinin katılımıyla gerçekleştirilecek şenliklerin yanı sıra programın uygulandığı şehirlerde yılda bir defa da halka açık etkinlikler gerçekleştirilecek.

- Burs desteğiyle 63 ildeki 69 üniversitede, 4 bin 50 sınıf öğretmeni adayına eğitim verilecek. Ataması yapılan 735 sınıf öğretmeni adayına da spor ve eğitim seti ile mesleğe hoş geldin bursu verilerek, hazırlanan eğitim modüllerinin yayılımına destek olunacak.
- Gönüllülük programı kapsamında, projenin çeşitli aşamalarında gönüllü olarak yer almak isteyen Allianz Türkiye çalışanlarına, Türkiye Atletizm Federasyonu IAAF Çocuk Atletizm Koordinatörlüğü tarafından IAAF Çocuk Atletizmi antrenör eğitimi verilecek. Allianz Türkiye çalışanlarının ve acentelerinin programa gönüllü olarak dahil olması hedefleniyor.
- Allianz Motto Hareket için yaratılan üç karakter Motto Hareket, Zipir ve Kipir, projenin tüm aşamalarında motivasyon sağlamak üzere çocuklara eşlik edecek. 🌟

YARINA İNAN



Yarın, sana bugünün hediyesi olacak.
Rahat bir emeklilik için Ziraat Emeklilik'le bugün biriktireceksin;
yarın, hayalin hayatın olacak.



Ziraat Emeklilik

Geleceğiniz için daha fazlası



Müşteri İletişim
Merkezi
www.ziraatemeklilik.com.tr

Ziraat Emeklilik, Ziraat Finans Grubu Üyesidir.



/ziraatemeklilik

Generali bildiğiniz gibi değil!



Türkiye'nin en köklü sigorta şirketi Generali, makûs talihini yenip uzun süreli kârsızlık sorununu çözdükten sonra büyümeye odaklandı. "Bildiğin gibi değil" sloganıyla yeni bir sayfa açan şirketin CEO'su Maurizio Pescarini, "İlk hedefimiz olan kârlığı yakaladık. Sırada büyüme var. Grubumuz Türkiye pazarına büyük önem veriyor. Organik ve inorganik büyüyerek kısa sürede ilk 10 şirketten biri olacağız" diyor...

İtalya'nın ve dünyanın en büyük sigorta şirketlerinden biri olan Generali Sigorta, Türkiye'de faaliyet gösteren en eski yabancı sigorta şirketi konumunda. 150 yılı aşkın süredir Türkiye'de faaliyet göstermesine rağmen bu pazarda istediği büyüklüğe ulaşamayan şirketin yeni döneme yönelik

hedefleri büyük. Geçen yıl mart ayında Generali Türkiye CEO'su olarak göreve başlayan Maurizio Pescarini, Türkiye'nin kendileri için her zaman büyüme potansiyeli olan bir pazar olduğunu söylüyor. Büyüme için fırsatları kolladıklarını açıklayan Pescarini, kısa bir süre içerisinde Türkiye'ye ciddi bir yatırım yapabilecekleri mesajını veriyor.

İlk hedef olan yeniden yapılanmayı tamamladıklarını, 100 yıllık sorun olan kârsızlığı da aştıklarını vurgulayan Pescarini, "Sırada büyüme var. Biz burada üzerimize düşeni yapıp organik büyümeyi sağlarken, İtalya merkez de bu pazara yatırım yapmak yani inorganik büyüme için fırsatları kolluyor. Hedefimiz ilk 10 şirketten biri olmak" diyor.

Maurizio Pescarini ile Generali'nin Türkiye hedeflerini ve sigorta sektörünü konuştuk...

Önce kısaca Generali Türkiye'ye CEO olarak atanmanızın hikayesini anlatabilir misiniz?

Bu uzun ve ilginç bir hikaye aslında... 2.5 yıl önce Generali'nin faaliyette bulunduğu ülkelerle ilgili geniş çaplı bir analiz yapılmıştı. Hangi pazarlardan çıkılacağı, hangi pazarlarda büyüme sağlanacağı belirlenmişti. Güçlü olunan, potansiyeli yüksek olan pazarlarda kalmaya karar verdiler. Türkiye ise hep ortada bir konuma sahipti. Burası gerçekten ilginç verilere ve makroekonomik göstergelere bakarsanız potansiyeli olan bir pazar. Diğer yandan bakıldığında, Generali 1.5 asırdır burada ama kolay bir pazar değil. İstenilen büyüme ve kârlılık bir türlü sağlanamamış.

Bense bahsettiğim bu planlama sürecinde İtalya'da bir bankada çalışıyordum. Orada çalışırken başka bir sigorta şirketiyle iş ortaklığımız vardı. O şirketteki yönetici, uluslararası işlerden sorumlu olarak Generali Sigorta'ya transfer oldu. Beni aradı ve Generali Grubu'na katılmamı istedi. Grup içerisinde başta Asya ve Doğu Avrupa olmak üzere benim için çok pozisyon önerildi ama ben Türkiye'yi tercih ettim. Sizin de bildiğiniz gibi, zaten 2012 ve 2013 yıllarında Türkiye'de (Aviva Sigorta) görev yapmıştım. Yani pazara yabancı değildim...

Göreve getirildiğinizde sizden ilk beklentileri neydi?

Beni çağırdıklarında, öncelikli olarak Türkiye'deki şirketin yeniden yapılandırılmasını ve kâra geçirilmesini istediler.



Genel merkezin bu pazardan uzun vadeli beklentisi nedir?

Generali, Avrupa'da çok iyi bir konuma sahip. Sigortacılık işinden kâr eden büyük bir grup. Şu anda ellerinde yatırım için bekleyen 2 milyar Euro'dan fazla nakit para var. Buraya yapılacak yatırımlarla ilgili görüşüyoruz. Satın alma ve birleşme için görüşmeler yapıyorlar.

Ama Generali için "bu pazarda büyümek istemiyor" gibi bir algı var piyasada. Nitekim birçok ihaleye girdiler ama hep en iyi teklif veren ikinci şirket oldular? Ne dersiniz, bu kez ciddiler mi?

Ferrari, sürekli "Her zaman ikinci, sonun birincisidir" der. Evet, bazı fırsatları kaçırdık ama bu istekli olmadığımız anlamına gelmez. Ben geçmişle ilgili fazla yorum yapmayı sevmem. Bir iki satın alma olayında görüşmeler yapıldı, sona da gelindi. Ancak küresel krizler nedeniyle geri adım atılmak zorunda kalındığını biliyorum. Satın alma ve birleşmeler konusunda genel politikamız şu: Sadece bir şirket satın alalım mantığıyla hareket edilmeyecek. Gerçekten büyüyeceksek ve bir değer yaratacaksak satın alma yapılacaktır.

Peki şu anda şirket satın almak mantıklı mı?

Elbette. Pazar biraz daha konsolide olacak. İlk 5 şirketin pazar payına baktığınızda, toplamın yüzde 45'ine sahip oldukları görülüyor. İtalya'da bu oran yüzde 65. Onun için sektörün konsolidasyona ihtiyacı var. Bu süreçte fırsatlar doğacak. Generali olarak bu pazara güçlü bir şekilde bağlıyız ve büyüme niyetimiz var.

Şu anda önceliğiniz nedir?

İlk hedefimiz şirketi başa baş noktasına getirmektir. Şu dönemde satın alma, birleşme gibi bir işlemin zararımızı kompanse edecek bir operasyon olacağını düşünmüyorum. Önce şirketi sağlam ve kendi ölçeğinde kârlı bir yere getireceğiz, sonra da büyüyeceğiz. Bunu başarabiliriz. Çünkü Türkiye pazarında ne üretirseniz üretin, maliyetleriniz belli. Katlanmak zorunda olduğumuz bu maliyetlerle prim üretimimizi 2-3 kat daha artırabiliriz.

Şirketi başa baş noktasına getirmek için neler yaptınız?

Her şeyi yeniden yapılandırdık. Çalışan sayımız bir yılda yüzde 30 azaldı. Daha az insanla daha verimli çalışmayı öğreniyoruz. Yaptığımız işin kuralları belli, gizli bir sırrı yok, onun için gereğinden fazla insana ihtiyaç yok. Bu süreç aslında bizim için güçlü bir terapi gibi oldu. Diğer tarafta gelir artışı ve büyüme için çalışıyoruz. Direkt satış kanalını yeniden yapılandırıyoruz. Acente kanalımızı da yeni bir anlayışla yapılandırıyoruz. Yeni bir ekran sistemiyle yeni segmantasyona gidiyoruz. Çok kısa sürede bunu da açıklayacağız. Acentelerimizin karşısına çok yeni bir modelle çıkacağız.

Direkt ya da dijital satış yaparken acentelerin küskünlüğü vardı? Barış sağlayabildiniz mi?

Doğrusu geldiğimden beri ben böyle bir tepki görmedim. Acentelerimizin böyle bir şikayeti yoktu. Çünkü üretimlerinde bir düşüş olmadı. Biz acenteyi küstürmedik. Acente doğrudan satışla değil, bankalarla da rekabet ediyor. Bu sektörde her yerde rekabet var. Burada en önemli sorun şu: Kanaldan şikayet etmek yerine, geliştirdiğimiz bu kanalları neden acentelerimizin işini büyütmek için kullanmıyoruz?

Dijitalden ya da direkt satış yaparken, özellikle yenilemelerde acentenin poliçeden doğan mülkiyet hakkını ödüyor musunuz?

Şunu açıkça belirtelim. Biz dijital bir oyuncu oluyoruz. Daha önce çağrı merkezi ağırlıklı satış yapan bir şirkettik. Müşteriye dijitalden ulaşip, çağrı merkezinden satış yapıyorduk. Ama şimdi öyle değil. Önceki ay hem mobil ve hem de web sitemizi yeniledik. Başta kasko olmak üzere birçok ürünü şekillendirip satın alabileceğiniz yeni bir sistem kurduk. Bu sistemle müşteri, çağrı merkezinin müdahalesi olmadan seçtiği ürünü kendisi alabiliyor. Bunun için çok efor sarf ettik, çok çalıştık. 8 ay süren IT çalışmaları yaptık. Şu anda stabilize ediyoruz. Ekim ayı gibi tam olarak duyurusunu yapacağız. Müşterinin çağrı merkezine ihtiyacı olmadan ürün alabileceği bir sistem kurduk. Acenteler de bu resmin içerisinde olacak. “Benim Kaskom” dedikimiz, müşterinin ihtiyacını giderecek ürünümüz dijital kanal için tasarlandı. Bu ürünü acentenin ekranına da koyacağız. Böylece aynı anda iki taraf da satabilecek.



Acente ile direkt satış hangi noktalarda ayrışacak?

Dijital kanal ile acente satışını birbirinden ayırıyoruz. Dijital satış daha self servis, müşterinin kendi kendine işlem yapabileceği şekilde olacak. Acente tarafında ise daha çok bir danışmana ihtiyaç duyulan ürünler olacak. İki taraf aynı ürünü satamayacak. Daha yüksek, daha özellikli ürünler sadece acente tarafından satılacak. Dijitalde ise daha sade ürünler olacak. Bu ikisi arasında geçiş süzgeçleri olacak. Bir acente müşterisi gelip direkt kanaldan poliçe alamayacak. Acente müşterisi acenteden olacak. O tür filtrelemeleri yaptık. Direkt satıştaki amacımız acentelerimizin müşterisini almak değil, pazardaki rekabetten yararlanmak. Portföyümüzde acente müşterisi olup da direkt satışa yönelenlerin sayısı çok çok az.

“Benim Kaskom” nasıl bir ürün?

Türkiye’de kasko deyince akla önce, 10-15 tane teminat içeren “full kasko” geliyor. Tercihler de genelde bu ürüne yönelik oluyor. Müşterilere “hangi teminatlara sahipsiniz” diye sorduğumuzda ise sadece bir iki tanesini biliyorlar. Bu yeni ürünle müşteriye iki önemli avantaj sunacağız. Birincisi ne aldıklarının farkında olacaklar, bilecekler. İkincisi de neye ihtiyaçları varsa paketlerini ona göre şekillendirecekler. Hangi teminatları istiyorsa onları satın alacaklar.

Sırada neler var?

İlk büyük adım tamamlandı. Yine modüler yapıda KOBİ’lere yönelik ürünlerimiz olacak. Orada da müşterilerimiz, ihtiyaçları doğrultusunda tercih yapabilecek. Bu arada müşteri deneyimleri

üzerinde de çalışıyoruz. Dijitalleşme bitmek bilmeyen bir yolculuk. Sürekli yenilik istiyor. Üretimin yüzde 33 direkt satıştan geliyor. Daha önce bu daha çok çağrı merkezi satışıydı. Dijital tarafta oran düşük, henüz yüzde 1-2 civarında. Ama bu oranı artıracamız. Şimdi yola daha iyi şekilde çıkıyoruz.

Türkiye’de ne kadar görev yapacağınızı öngörüyorsunuz?

Kim bilebilir? Biraz da stratejiyi nasıl geliştireceğimize bağlı gibi görünüyor. Ama grup içindeki strateji genelde bu tip roller 4-5 yıllı sınırlı. İlk hedefimiz yüzde 3 civarında bir pazar payına çıkıp ilk 10 şirket arasına girmek, kâr üretmeye başlamak.

Satın alma yapmadan da ilk 10’a girebilir misiniz?

Organik ve inorganik büyümeyi bir arada başaracağız. Bu süreçte bir satın alma yapabiliriz. Generali Grubu’nun elinde yatırım için bekleyen 2 milyar Euro’nun bir kısmının buraya geldiğini siz de ben de göreceğiz. Bundan emin olabilirsiniz.

Önümüzdeki süreçte her alanda olacak mısınız? Ya da belli branşlarda daha mı etkin olursunuz?

Ağırlıklı olarak perakende tarafında olacağız. Bireysel müşteriler, KOBİ’ler ve ticari müşterilere yönelik ürünlerde daha aktif olacağız. Çok büyük işler olarak tanımlanan, köprüler, otoyollar gibi projelerin sigortası bildiğiniz gibi Londra üzerinden yapılıyor. O işler genel merkez üzerinden yürüyor.

Sizce sektörün en büyük sorunu ne? Sigortacılığın bu halde olmasında yöneticilerin de sorumluluğu yok mu?

Ben geçen yıl mart ayında bu

göreve geldim. İki hafta sonra tavan fiyat uygulaması başladı. Üç hafta sonra trafik havuzu başladı. Temmuz ayında dolu yağdı İstanbul’da, sonra farklı bölgelerde depremler. Şimdi de kurların yükselmesi büyük sorun. Her ay acil bir sorun var gündemimizde. Sektörün bu kadar zorlu olmasının birçok nedeni var. Geçmişte bazı şirketlerde rasyonel olmayan kararlar alınmış. Olması gerekenden çok daha az rezerv ayrılmış, fiyat savaşı çok keskin olmuş. 2014 yılında inanılmaz rezerv ayırmak zorunda kalan şirketleri siz de biliyorsunuz. Yönetilebilir olmaktan çıkınca primlerde fiyat artışı olmuş, bu da tüketiciyi rahatsız etmiş. Doğru fiyata ulaşmanın gecikmiş hali yaşanmış bu pazarda. Ama tüketici açısından bakarsanız onlar da haklı; fiyatlarda ciddi artış var. Trafikteki tavan fiyat uygulaması sadece o branşı değil kaskoyu da etkiledi. Kaskoda da fiyat artışı oldu. “Kusursuz fırtına” durumu yaşandı. Mayıs ayında dolar kuru 4 liraydı, şimdi 5 lirayı geçti. Yedek parça fiyatları artıyor ama primler aynı seviyede. Kasko

primlerinin artması lazım. Bu yıl zorlu geçiyor. Şirketlerin en çok kâr ettiği kasko hasar prim oranı yüzde 90’ları geçti. Bu durum kârlılığı etkileyecek.

Oto sigortalarının toplam prim üretimdeki payı yüksek mi?

Yüzde 30 civarında kaskonun, yüzde 30 civarında da trafik sigortasının payı var...

Generali neden iletişim çalışması yapmıyor?

Evet, bir iki yıldır sessiz kaldık. İtalya’da bir söz vardır, “İş yaparken şarkı söylenmez” derler. Biz de bu süreçte ödevlerimizi yaptık, müşterilerimizle sağlam temeller oluşturduk. Yeni ürünlerimizi, yeni satış platformlarımızı, hasar tarafında prestij servis projelerimizi hazırladık. Artık iletişime tekrar başlamak için doğru zamandayız. Hem de çizgi üstü dediğimiz, müşterilerimize direkt ulaşabileceğimiz iletişim kanallarını kullanacağız. Aynı şekilde acentelerimizle iletişimimiz, acentelerimizin müşterileriyle iletişimi için de çalışmalar yapıyoruz.

EKONOMİK GÜCÜ OLMAYAN AİLELERİ KORUYUP GELİŞTİRECEKLER

Generali Sigorta, Türkiye’deki marka imajını ve içinde bulunduğu toplumla bağını güçlendirmek için de çalışmalar yürütüyor. Geçen yıl belirlenen “Bildiğin gibi değil” sloganının şirketin tüm paydaşları tarafından özümсенmesi amaçlanıyor. Maurizio Pescarini, başta Generali Sigorta çalışanları, müşterileri ve acenteleri olmak üzere tüm toplumu hedefleyerek belirledikleri slogan ve bu doğrultuda hazırlandıkları kurumsal sosyal sorumluluk projesiyle ilgili şu bilgileri veriyor: “Generali’nin tüm paydaşları için geçerli ‘Bildiğin gibi değil’ sloganı doğrultusunda, genel merkezimizle birlikte bir insani yardım fonu oluşturduk. Aslında

bu, Generali’nin Venedik’te start alan küresel bir sosyal sorumluluk projesi. Küresel bir program ama her ülkenin yerel uygulamalarıyla yürütülecek. Üç ana sosyal sorumluluk konusu var: Göçmenlerdeki Girişimcilik, Ailenin Korunması ve Gelişmesi, Doğuştan Gelen Hastalıklarla Yeni Doğanlar... Her ülke bu üç konudan kendisine uygun olanını seçip sahipleniyor. Bu fona bizim yatırdığımız tutarın aynısını genel merkez de yatırıyor. Biz Türkiye için ‘Ailenin Korunması ve Gelişmesi’ni seçtik. Ülkenin her bölgesinden, ekonomik problemi olan aileler için yatırım yapacağız. Kısa bir süre içinde Türkiye’deki program partnerimizi açıklayacağız.”



Zeynep Turan Stefan
znptrn@gmail.com

Sigortalı hakları için radikal düzenlemeler yapan EIOPA, şirketlerin kısa vadeli finansal hedefleri adına agresif yatırım kararları almasını veya tutamayacağı taahhütlerde bulunmasını engellemek için standartlar tanımlamak istiyor. Dolayısıyla sigorta ve emeklilik şirketlerinin sadece yıllık sonuçlarının değil, gelecek yıl hedeflerinin de EIOPA tarafından yakından takip edileceği söylenebilir...

EIOPA

Kasım ayında düzenlenecek EIOPA yıllık konferansına katılmadan önce hem konferansa yönelik ön hazırlıklarımı hem de EIOPA'yı size kısaca anlatmak istiyorum... EIOPA (Avrupa Sigorta ve Mesleki Emeklilik Kurumu), Avrupa Birliği bünyesindeki sigorta ve emeklilik sektörlerini düzenleyen kurumların oluşturduğu bir düzenleyici kurumlar birliği. Ülkemiz Avrupa Birliği üyesi olmadığı için veya mevcut düzenleyici kurum üzerinde söz sahibi başka bir makam olmadığı için Türk sigorta ve emeklilik piyasasında yaptırım gücü veya benzeri bir kurum yok. Ancak piyasadaki yabancı yatırım oranı ve Avrupa Birliği ile girdiğimiz adaylık süreci dolayısıyla verdiği kararlar, bizler tarafından da yakından takip ediliyor ve uygulanmaya çalışılıyor. EIOPA'nın kuruluşu aslında klasik bir düzenleyici kurum hikayesi. Avrupa'yı etkisi altına

alan 2007-2008 ekonomik krizleri sonrasında ülkeler arasındaki sermaye yeterliliği ve düzenleyici kurumların etkinlik farklılıkları, özellikle İtalya ve Almanya arasında daha görünür hale geliyor. Ülkeler arasındaki farkı azaltmak ve düzenlemelere uygulama ve etkinlik anlamında standart getirmek amacıyla EIOPA kuruluyor.

28 ülkeden 34 kurum temsilci gönderiyor

Sigorta ve emeklilik alanında faaliyet gösteren EIOPA, Avrupa Sistemik Risk Yönetim Kurulu'nun (European Systemic Risk Board) üç ayağından biri. Kurulun diğer ayakları bankacılık ve menkul kıymetler sektörlerinde. EIOPA, 2011 yılından beri Gabriel Bernardino'nun başkanlığında yönetiliyor. Yönetim kurulunda Avrupa Birliği üyesi 28 ülkeden 34 düzenleyici kurumun temsilcileri yer alıyor. (Kurulda Kıbrıs Rum Kesimi de temsil ediliyor.) EIOPA, misyon ve vizyonunu



Gabriel Bernardino

ortaya koyarken beş ana başlık sayıyor. Ancak düzenlediği araştırma projelerinden, konferanslardan ve kullandığı bütçenin kırımlarından anladığım kadarıyla en önemli misyonu, tüketici haklarının korunması. Sigortalıların poliçe oluşturulurken taahhüt edilen haklarının devamlılığının sağlanması, bu hakların şirket birleşme ve satın almalarıyla zarar görmesinin engellenmesi, sektör genelinde şeffaflığın artırılarak mağduriyetlerin gerçekleşmeden önlenebilmesi en çok mesai harcadığı konular. Bu konudaki dikkati, kendisine bağlı ülke düzenleyici kurumlarından ve dolayısıyla şirketlerden de bekliyor.

Hayat portföylerini devreden devredene

EIOPA'nın sigortalıların haklarının korunması konusunda özellikle son zamanlardaki hassasiyetinin belirli nedenleri var. Bunlardan ilki, özellikle hayat branşındaki kârsızlık dolayısıyla sigorta şirketlerinin deyim yerindeyse portföylerini devretmek için sıraya girmiş olması. Poliçe oluşturulurken taahhüt edilen kâr oranlarının günümüz piyasa koşullarında sağlanamayacağı artık bir gerçek. Ancak özsermayeden karşılanarak yapılabilecek bu ödemeler şirketlerin finansal gelecekleri, günümüz reytingleri ve yatırımları üzerinde ciddi bir olumsuz etkiye sahip. Şirketler açısından bu haklı gerekçeler portföy devri için yeterli ama müşteriler tarafından bu işlemler o kadar olumlu değil. Hayat ve emeklilik portföyleri devredilirken mevcut müşterilerin verilen haklarının korunacağına dair güvenceler olsa da araştırmalar, portföyü



devralan finansal kurumun reputasyonunun müşteri açısından devreden finansal sağlamlığı kadar etkili bulunmadığını gösteriyor. Avrupa genelinde emeklilik veya hayat ürünlerinin yoğun kullanımını dikkate alırsak, piyasanın büyük bir kesimini temsil eden bir müşteri grubundan bahsediyoruz. Dolayısıyla bu grubun müşteri memnuniyetindeki



azalma EIOPA için ciddi bir alarm zili anlamına geliyor. Nitekim bu endişe geçenlerde EIOPA'nın portföy devirlerini sınırlandırmak istemesine de yol açmış, ancak bu faaliyetin devamı getirilmemişti.

Hedefler de yakından izlenecek

EIOPA için tüketici hakları kadar önemli diğer bir konu da sürdürülebilirlik. Son aylarda mesaisini yatırım ve sürdürülebilirlik konularına harcayan kurum, şirketlerin kısa vadeli finansal hedefleri adına agresif yatırım kararları almasını veya tutamayacağı taahhütlerde bulunmasını engellemek için standartlar tanımlamak istiyor. Bu faaliyetler de yine tüketici haklarının korunması ana başlığı altında yürütülecek. Dolayısıyla gelecek finansal dönemde sigorta ve emeklilik şirketlerinin sadece yıllık sonuçlarının değil, gelecek yıl hedeflerinin de EIOPA tarafından yakından takip edileceğini söyleyebiliriz.

Tüketici hakları, sürdürülebilirlik, InsurTech...

Yıllık olağan kongre, 20 Kasım 2018 tarihinde, EIOPA Genel Merkezi'nin bulunduğu Frankfurt'ta düzenlenecek. Tüketici hakları ve sürdürülebilirlik ana çerçevesinde, InsurTech'ten de bolca bahsedileceği bir gündem bizleri bekliyor olacak. İlk kez 2017 yılında davet edildiğim toplantı, gündem olarak klasik bir çerçeve sunsa da, 2018 toplantı başlıkları ve yapılacak sunumlar, EIOPA gündeminin sigorta sektörünün gündemini yakaladığını gösterir nitelikte. Toplantı sonrası yorumlarımı ve Türk sigorta sektörü için çıkarımlarımı Aralık ayı yazımda bulacaksınız. 



AIG'nin Avrupa operasyonlarını deneyimli reasüransçı yönetecek

American International Group (AIG), reasürans şirketi Aspen Re'nin CEO'su Thomas Lillelund'u, Avrupa operasyonlarını yönettiği AIG Europe'un başına getirdi. Genel merkezi Lüksemburg'da bulunan AIG Europe, Brexit kararının alınmasından sonra Londra'dan taşınmaya karar verip bunu en hızlı uygulayan şirketlerden biri olmuştu. 20 yıllık kariyeri boyunca Asya-Pasifik, Güneydoğu Asya, Güney Afrika ve ABD bölgelerinde çeşitli kademelerde yöneticilik yapan Lillelund, yeni görevinde Kıta Avrupası ile İrlandadan sorumlu olacak ve AIG uluslararası operasyonlarından sorumlu yönetici Chris Townsend'e rapor verecek. Atama sonrası bir açıklama yapan Townsend, Lillelund'un uluslararası deneyiminin



Thomas Lillelund

AIG stratejilerine önemli katkıda bulunacağına duydukları güveni belirtti. AIG, Brexit sonrasında İngiltere'de bulunan bütün operasyonlarını Lüksemburg'a taşımış ve sonrasında

Avrupa operasyonlarıyla birleştirmişti. Yeni tüzel kişiliğiyle 1 Aralık 2018'den itibaren poliçe yazmaya başlayacak olan AIG'nin Avrupa piyasasından beklentisi çok yüksek.

"Kaliforniya'nın yangın riski yeniden değerlendirilmeli"

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu A.M. Best, Kaliforniya bölgesindeki yangın riskinin mevcut değerlendirmelerden daha fazla olduğunu, daha geniş bir alanı etkileme potansiyeli olduğunu açıkladı. Ardından da yangın hasar önleme çalışmalarının yeni risk değerlendirmelerine göre yeniden düzenlenmesi gerektiği konusunda sigortacıları uyardı. Bölgedeki yerleşim yerlerinin sıklığına ve endüstriyel faaliyetlerin yoğunluğuna değişen çalışmada, olası yangınlarda karşılaşılabilecek maliyetin sigorta şirketlerinin aktüeryal hesaplamalarından kullandıklarından çok daha fazla olduğu belirtildi. Artan yerleşim yerleri dolayısıyla ormanlık alanların tahrip edildiğine ve iklim



değişikliğiyle birlikte sıcaklığın kontrol edilemez şekilde arttığına dikkat çeken uzmanlar, yangın riskinin de bu iki değişkenle birlikte artmasının

kaçınılmaz olduğunun altını çizdi. Ağustos ayı içerisinde bölgede çıkan Carr yangınında 1.077 ev, 20 ticaret merkezi ve 750 yapı tamamen zarar görmüş, toplamda 1.5 milyar dolar hasar ortaya çıkmıştı. A.M. Best tarafından yapılan analizde, 2017 yılı yangın sezonunun daha maliyetli olduğu hatırlatılıyor ve bazı önlemler alınmasına rağmen halen zarar olasılığının devam ettiği belirtiliyor.

A.M. Best, eksik risk analizleri nedeniyle sigorta ve reasürans şirketlerinin yüksek teknik riske maruz kalabileceğine, talep edilen prim bedellerinin mevcut riskin gerçek değerini kesinlikle yansıtmadığına dikkat çekiyor. Bu yüzden de söz konusu bölgeyle ilgili CAT tahvillerinin yeniden değerlendirilmesini öneriyor.



VERUSA
H O L D İ N G



GÜCÜMÜZ FARKIMIZDIR

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

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

www.verusa.com.tr

Aviva, 1.4 milyar dolar değerindeki riskini devretti

Emeklilik şirketi Prudential, 1 milyar sterlin (yaklaşık 1.4 milyar dolar) değerinde riski Aviva'nın bireysel emeklilik portföyünden devraldı. Prudential yöneticisi William McCloskey, İngiltere'nin en önemli finansal kurumlarından Aviva ile kurdukları yakın ilişkiden duydukları memnuniyeti dile getirirken, Aviva yöneticilerinden Tom Ground da özellikle 2018 yılının ikinci yarısında değişen piyasa şartları ve poliçe sahiplerinin yaşam beklentilerindeki artış dolayısıyla risk devir işleminin finansal olarak en avantajlı konumuna geldiğinin altını çizdi.



Devir sonrası analistlerse Aviva'nın risk transferi dolayısıyla bilançosundaki iyileşmeye ve sermaye yeterliliğindeki olumlu gelişmeye dikkat çekiyor.



CAT tahvil piyasası 36 milyar dolara ulaştı



CAT (katastrofik risk) tahvilleri ve sigortacılıkla bağlantılı yatırım işlemlerinin hacmi 2018 yılı içerisinde 11 milyar doları buldu. Bu rakam, 2017 yılının aynı döneminde oluşan 10.64 milyar dolarlık işlem hacmini geride

bıraktı. Son olarak FloodSmart Re'nin sponsor olduğu FEMA ile 500 milyon dolar, Cal Phoenix Re'nin sponsor olduğu PG&E ile de 200 milyon dolar tutarında tahvil ihracı yapılmıştı. Bu yıl tahvil piyasasındaki risklerin çeşidi

de artış gösterdi. Kısa bir süre öncesine kadar söz konusu ürünler sadece sel riskiyle sınırlıydı. Şimdi ise yangından üçüncü şahıs sorumluluklarına, operasyonlardan mortgage'a kadar 48 farklı risk konusu için tahvil ihraç ediliyor.

Sompo Japan'dan
TAMAMLAYICI SAĞLIK SİGORTASI

İşte şimdi ++ tamam!

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



SOMPO JAPAN SİGORTA

7/24

0 850 250 81 81

sompोजapan.com.tr

İsviçreli InsurTech'i durdurabilene aşk olsun!



İsviçre merkezli InsurTech şirketi Wefox, Avrupadaki operasyonlarını geliştirmeye devam ediyor. İtalyan broker şirketi Mansutti ile işbirliğine giden Wefox, 2019 yılından itibaren İtalya pazarına da girmeye hazırlanıyor. Almanya ve İsviçre'deki faaliyetlerine 3 yıl önce başlayan Wefox, 1 yıl sonra da Avusturya piyasasına girmişti. Wefox CEO'su Julian Teicke, uluslararası düzeyde sigortacılığa yeni bir standart getirmek istediklerini belirtiyor ve



İtalya pazarını bu açıdan çok önemsediklerini vurguluyor. Ürün merkezli sigortacılıktan müşteri merkezli sigortacılığa doğru yeni bir anlayış yaratmayı amaçlayan ve 2017 yılında Münih Re tarafından reasürans

desteği verilen ONE'ı satın alan Wefox, 250 bin müşterisi, 100 çalışanı ve 1000 brokerden oluşan dağıtım ağıyla büyümeye devam ediyor. Milano merkezli Mansutti ise ağırlıklı olarak otomotiv sektöründe faaliyet gösteriyor ve 300 çalışanıyla geniş bir brokerlik portföyüne sahip. Mansutti CEO'su Thomas Mansutti de Wefox ile müşteri merkezli yeni bir yapıyı hayata geçireceklerini, satış ekibinin gücüne güç katacaklarını belirtiyor.

Atlantik'te 1'i yıkıcı, 3 fırtına bekleniyor

Colorado State Üniversitesi'nin yaptığı araştırmaya göre, önümüzdeki dönemde Atlantik bölgesinde 3 fırtına bekleniyor. Ancak bunlardan sadece birinin yıkıcı etkiye sahip olacağı belirtiliyor. Sigorta ve reasürans şirketleri tarafından memnuniyetle karşılanan araştırmanın ardından sigorta temelli yatırım ürünleri piyasası hareketlendi. Uzmanlar, Atlantik bölgesinde geçen yıllara göre tayfun ve siklonların daha az görüldüğüne işaret ediyor. Gerekçe olarak da okyanus yüzeyindeki su tabakasının normalden daha fazla soğuyarak fırtınaların hızını yavaşlatması gösteriliyor. Fırtına sezonunun kasım ayı sonuna kadar sürdüğünü hatırlatan uzmanlar, düşük olsa da yüksek maliyetli bir fırtına riskinin her zaman



mevcut olduğunu tekrarlıyor. Colorado State Üniversitesi, Florida ve Amerika'nın doğu kıyılarında bir fırtına ihtimalini yüzde 63, daha yıkıcı etkiye sahip kasırga ihtimalini ise yüzde 43 olarak görüyor. Söz konusu değerler, 2017 yılında sırasıyla yüzde 81

ve 61 şeklindeydi. Bu arada, analizleri özellikle reasürans şirketleri tarafından yakından takip edilen ve aktüeryal hesaplamalara entegre edilen uzman profesörlerin birçok şirkette danışman olarak görev aldığını belirtelim.

YOL YARDIM

EV VE İŞYERİ YARDIM

KONUT HASAR ONARIM

İŞYERİ HASAR ONARIM

SEYAHAT YARDIM

SAĞLIK YARDIM

HUKUKİ VE MALİ DANIŞMA

HASAR YÖNETİMİ

CALL-CENTER HİZMETLERİ

BUTİK HİZMETLER

OTO CAM HİZMETLERİ

Assistans hizmetleri ile ilgili kafanızda her ne var ise hepsi bizde de var.
Kafanızda olmayanlar için bize ulaşın.

0212 334 20 00
www.assistline.com.tr

ASSIST LINE

AXA ve XL, katastrofik riskleri azaltmayı hedefliyor



Satın alma sürecinin tamamlanması sonrası birleşme faaliyetlerine hız veren AXA ve XL Group, sahip oldukları benzer veya yakın coğrafyadaki risklerin birleşerek katastrofik risklere dönüşmemesi için yoğun bir çalışma süreci yürütüyor. AXA CEO'su Thomas Buberl, özellikle katastrofik riskler konusunda ekiplerin titizlikle çalıştığını, yeni teminat verme konusunda daha seçici olacaklarını vurguluyor. XL Group'un portföyünün bu açıdan daha sürdürülebilir ve iyi seçilmiş bir yapıya sahip olduğunu



düşünen Buberl, benzer bir yapılanmanın AXA için de söz konusu olacağını altını çiziyor. AXA ve XL Group'un bir araya gelmesinin yarattığı sinerjiyi sigorta temelli yatırım piyasasında da görmeye başladıklarını belirten Buberl, "Tahvil ihracına devam edeceğiz. Yatırım

ürünlerinde çeşitliliği artırarak ciddi bir fon yaratmayı hedefliyoruz" diyor. 2018 yılının en heyecan verici satın alma süreci olarak değerlendirilen ve uluslararası piyasada dengeleri değiştiren birleşme sonrasında iki büyük şirketin yürüteceği faaliyetler yakından takip ediliyor.

Generali'de yeni dönem başladı

İtalyan sigorta devi Generali'nin yeniden yapılanma planı yönetim kurulu tarafından onaylandı. Eylül 2018'den itibaren uygulamaya giren yeni planı kamuoyuyla paylaşan CEO Philippe Donnet, 2019-2021 dönemi stratejik hedeflerinin yakalanabilmesi için yeniden yapılanmanın gerekli bir hamle olduğunu altını çizdi. Finansal optimizasyon, kârlı büyüme, iş modellerinde inovasyon ve dönüşüm olarak üç ana temelde açıklanan plana göre, Donnet'e raporlayacak yeni bir genel müdür pozisyonu da yaratılmış oldu. Yeni pozisyona Frédéric de Courtois'ın atandığını duyuran Donnet, CFO'luk görevini bırakan Luigi Lubelli yerine Generali Fransa CFO'su Christiano Borean'ın geleceğini de



duyurdu. Asya, Amerika, Güney Avrupa, İspanya ve İsviçre operasyonlarını Generali International adıyla yeniden

yapılandıran Generali Group, Jaime Anchustegui Melgarejo'yu bölgenin yönetimine atadı.

SİGORTA ASİSTANININ ŞİMDİ CEBİNDE, **TÜRK NİPPON MOBİL** *NEREDE İSTERSEN ARTIK SENİNLE*

Türk Nippon Sigorta müşterisi olun ya da olmayın, Türk Nippon Mobil ile Kasko ve Trafik sigortalarınızı buradan takip edebilir, aracınızla ilgili işlemlerinize hız verebilir, yurtiçi ve yurtdışı yolculuklarınız için Seyahat Sigortası poliçenizi birkaç tıkla bu uygulamadan alabilirsiniz.

Hadi, şimdi siz de sigorta işlemlerinizi kolaylaştıracak bu uygulamayı indirin,
Türk Nippon Mobil'in avantajlarını keşfedin!



Chubb'ın Brexit hazırlıkları hızla devam ediyor



David Furby

İngiliz Chubb, Chubb European Group ve ACE Europe Life şirketlerini "Societas Europaea" adı altında birleştirdi ve hem İngiltere'de hem de Avrupa Birliği içerisinde faaliyet gösterebilecek hale getirdi.

Chubb European Group Başkanı David Furby tarafından yapılan açıklamada, Brexit kararı alınmasından hemen sonra başlayan uyum çalışmalarının sorunsuz şekilde devam ettiği belirtildi. Fransız düzenleyici kurumu ACPR'dan (Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution) bölge için onay alan Chubb, 2018 yılı bitmeden gerekli hazırlıkları tamamlamayı planlıyor.



Willis'in başarılı CEO'su kontrat tazeledi



John Haley

Uluslararası sigorta ve reasürans piyasasında faaliyet gösteren Willis Towers Watson, CEO'su John Haley'nin kontratını Ocak 2021 tarihine kadar uzattı. Willis Towers Watson Yönetim Kurulu Başkanı James McCann tarafından yapılan açıklamada, Haley'nin görevde kalmasından duyulan memnuniyet dile getirildi. 1977 yılında Willis Towers Watson ailesine katılan ve

1998 yılından bu yana CEO olarak görev yapan Haley, 2000 yılında şirketin halka arzını, 2005-2010 ve 2016 yıllarında ise büyük çaplı birleşmeleri başarılı bir şekilde yönetmişti. Birçok ülkede faaliyet gösteren ve 40 bin çalışana sahip olan Willis Towers Watson ailesini yıllardır başarıyla yöneten Haley'nin 2018 yılı stratejik hedeflerinde de aynı başarıyı yakalaması bekleniyor.

EIOPA, VIG'nin sürdürülebilir yatırımlarını ödüllendirdi

Avrupa Komisyonu, 2030 yılına kadar iklim ve enerji hedeflerine ulaşılabilmesi için 180 milyar Euro değerinde yeni yatırım yapılması gerektiğini açıkladı. Sigorta şirketlerinin yatırım için yoğun ilgi gösterdiği bu konuyla ilgili EIOPA'nın Frankfurt'ta düzenlediği konferansa ise sürdürülebilir yatırım hedefleri dolayısıyla sigorta şirketlerinden sadece VIG (Vienna Insurance Group) davet edildi. VIG CEO'su Elisabeth Stadler, Avrupa Birliği tarafından sürdürülebilirlikle ilgili belirlenen hedeflerin yıllardır VIG'nin stratejileri arasında zaten mevcut olduğunu vurguluyor.

Avrupa Birliği tarafından getirilen düzenlemelerle çevresel, sosyal ve yönetsel etkilerin hepsini dikkate alınan yatırımlar "sürdürülebilir" olarak adlandırılıyor. AB üyesi ülkelerdeki artan konut talebine ve bu konudaki yatırımlara dikkat çeken Stadler, VIG'nin gayrimenkul yatırımlarının tamamını bu üç etkiyi de göz önünde bulundurarak yaptığının altını çiziyor. Konunun önemine dikkat çeken uzmanlar ise Avrupa Komisyonu'nun sürdürülebilirlik özelliğini sigorta şirketleri için yasal düzenlemeler arasına eklemek istediğini hatırlatıyor.



Elisabeth Stadler



Büyyüyen hayallerimizle, adım adım

Dünya'nın Kalbindeyiz!

Türkiye

Sırbistan

Ürdün

Lübnan

Azerbaycan

Kıbrıs

Bahreyn

Suudi Arabistan

Kuveyt

Nahçıvan

Fas

İngiltere

Amerika

Mısır

Belçika

Hollanda

İspanya

İsveç

Almanya

Katar

BAE

Irak





Ali Savaşman

“Çevik satış”, bilgi teknolojileri sektöründe kullanılan sprint (depar), günlük stand-up ve sürekli tekrarlar metotlarını satış süreçlerinde uygulayarak satış ekiplerinin daha esnek, veri odaklı ve etkin olmasını amaçlıyor...

ÇEVİK SATIŞ 101

Cevik (agile) ifadesi, bilgi teknolojilerinin yazılım projelerinde kullandığı bir yöntemin adı aslında. Bu sayede büyük bir proje küçük parçalara bölünerek yapılırken her bir ekip üyesi bir taraftan bütün içindeki yerini ve önemini görerek benimsiyor, diğer taraftan da diğer ekip üyelerine karşı sorumluluklarına da sahip çıkıyor.

“Çevik satış” (agile sales) da bilgi teknolojileri sektöründe kullanılan “sprint”, günlük stand-up ve sürekli tekrarlar metotlarını satış süreçlerinde uygulayarak satış ekiplerinin daha esnek, veri odaklı ve etkin olmasını amaçlıyor. Büyüme aşamasında bilgiye sürekli erişim imkanlarıyla yetişen Y kuşağının eski taktik ve stratejilerle yönetilemediği herkesin malumu ve özellikle satış ekiplerinin en büyük problemi. Bağımsız, hızlı öğrenen, işbirlikçi ve teknoloji bağımlısı olarak yetişmiş bu nesil sürekli aynı şeyi yapmaktan sıkıldığı gibi, başkaları tarafından sorgulanmaktan da bir o kadar nefret ediyor. Yavaş yavaş satış

organizasyonları için tehdit unsuru olmaya başlayan bu duruma karşı ne yapılabilir? İşte “çevik satış” tam da burada devreye giriyor. “Nasıl”ını birazdan anlatacağım lakin satış organizasyonlarını tehdit eden diğer unsurları da gelin birlikte tespit edelim...

Müşteri deneyiminde danışmanların rolü

Mevcut satış süreciniz için tehdit unsuru ikinci faktör, müşteri davranışlarının değişmesi. Günümüzde çok az müşteri satış sürecinin bütün aşamalarından bir bir geçmek için istekli ya da yeteri kadar sabırlı. Hele hele internetten kolayca elde edebilecekleri bilgilerin satış temsilcileri tarafından papağan gibi tekrar ediliyor olması onları ziyadesiyle rahatsız ediyor. Satış temsilcilerinden beklentiler, eşsiz ve müşterinin kendi kendine keşfedemeyeceği deneyimlerin en kısa zamanda hatta anında uzman danışmanlar tarafından aktarılması noktasında birleşiyor. Çevik satış yöntemi uygulayan





firmalarda danışmanlar, hızlıca geri bildirim yaparak müşteri taleplerini kolayca karşılıyor.

Sayı okyanusunda kaybolmamak için...

Satış sürecini tehdit eden bir diğer unsur da bilgi çağında içinde yaşadığımız veri çöplüğü. En düşük performanslı satıcınızın ertelenme oranını, ortalama satışa dönüştürme oranını ya da ayın son gününde gerçekleştirilen ortalama satış tutarını birkaç tuşa basarak kolayca öğreniyoruz. Lakin kolayca edindiğimiz bu çok kıymetli veriler ortak bir amaca hizmet etmediği sürece, içinde kaybolduğumuz istatistiki sayılara dönüşüyor. İşte çevik satış yöntemi, sürekli gözden geçirme ve bilgiye tepki vermeyi ön planda tuttuğu için sizi bu sayı okyanusunda kaybolmaktan alıkoyacaktır.

Çevik satış nasıl çalışıyor?

Çevik satışın temelinde büyük hedefleri sprint (depar) denilen daha küçük tekil hedeflere

bölmek yatıyor. Basit olarak her sprintin bir ya da iki haftada erişilmesi gereken belirgin bir amacı oluyor.

Her sprint, bir cümleyle ifade edilen belirgin hedefin ortaya konduğu, genelde 2 ila 4 saat arasında süren bir planlama toplantısıyla başlıyor. Bu planlama esnasında sprint hedefi bağımsız tekil aşamalara bölünerek "sprint kütüğü" (sprint backlog) dediğimiz yol haritası ortaya çıkıyor.

Ekip her sabah güne, adından da anlaşılacağı üzere katılımcıların ayaküstü bir araya gelerek gerçekleştirdiği stand-up'la başlıyor. Stand-up'da her bir ekip üyesi kendisinin;

• Dün ne yaptığını/neyi gerçekleştirdiğini,

• Bugün ne yapacağını/neyi gerçekleştireceğini,

• Karşılaştığı engelleri, dile getiriyor.

Böylece stand-up bir taraftan tüm katılımcıları sprintin hedefine ulaşma hakkında güncel tutarken, diğer taraftan her bir ekip üyesinin kendi

sorumluluğunu benimsemesine ve işbirliğini teşvik etmesine önayak oluyor.

Hatırlatmak fayda var, Y kuşağı temsilcileri bir başkası tarafından sorgulanarak sorumluluklarının hatırlatılmasından haz etmiyor. Halbuki stand-up'larda herkes kendi değerlendirmesini kendisi yapıyor.

Çevik satış sahada nasıl uygulayacağız?

Aslında az evvel ilk adımdan bahsettik. Stand-up'larla beraber çevik satışın 5 temel bileşeni var:

1. Günlük stand-up'lar
 2. Kısa vadeli hedefler (sprintler)
 3. Esnek strateji
 4. Hesap verilebilirlik (kişisel sorumluluk)
 5. Bilgi, veri
- 4 ve 5'inci adımlar için satış organizasyonunun etkin kullanılacağı bir CRM (müşteri ilişkileri yönetimi) yazılımına ihtiyaç duyulacaktır.

Çevik satışın 5 bileşeninin detaylarını da önümüzdeki ay yazacağım...

Anadolu'dan ulaşılabilir özel sağlık güvencesi

Anadolu Sigorta Tamamlayıcı Sağlık Sigortası, uygun prim ödemeleri, geniş teminat ve anlaşmalı kurum ağıyla sağlık problemlerini teminat altına alıyor. Sosyal Güvenlik Kurumu'nun (SGK) karşıladığı genel sağlık sigortasını tamamlayıcı nitelikteki bu ürünü, doğum ve tüp bebek tedavisi gibi ek teminatlarla genişletmek de mümkün.

Diğer tüm güvenceler gibi sağlık sigortasının da çok önemli bir yatırım olduğuna dikkat çeken Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Metin Oğuz, "Tamamlayıcı sağlık sigortası (TSS), herkese özel sağlık hizmeti alma imkânı sunuyor. Bu ürünün bireysel sağlık sigortasından en önemli farkı ise tedavinin SGK tarafından onaylanma ön şartı bulunması. Sigorta şirketleri belirledikleri özel şartlar çerçevesinde, poliçede gösterilen ödeme oranları ve limitler dahilinde sigortalıların tedavi giderlerini karşılıyor" diyor.

"Sigorta yaygınlığını artırıyor"

Sağlık sigortası bilincinin Türkiye'de henüz istenen seviyede olmadığına işaret eden Metin Oğuz, tamamlayıcı sağlık sigortası gibi ulaşılabilir ürünlerin bu bilincin artmasına fayda sağladığını düşünüyor. Son 1 yılda primler ve sigortalı sayısı artışı açısından sektörde önemli bir dinamizm sağlandığına işaret eden Oğuz, sözlerini şöyle sürdürüyor:

Her bütçeye uygun prim tutarıyla, SGK anlaşmalı hastanelerde tamamen ücretsiz muayene ve tedavi imkânı sunan Anadolu Sigorta Tamamlayıcı Sağlık Sigortası, doğum ve tüp bebek tedavisi gibi ek teminatlarla ihtiyaca göre genişletilebiliyor...

"Bu hareket de tamamlayıcı sağlık sigortasının bu bilince katkısının en somut örneği olarak gösterilebilir. SGK tarafından karşılanacak tedavi masraflarının yasal çerçeve içerisinde sigortalının ödemesi gereken fark kısmının özel şartlar dahilinde karşılandığı Anadolu Sigorta Tamamlayıcı Sağlık Sigortası poliçesi, sigortalılara hiçbir ücret ödemeden anlaşmalı özel hastanelerden hizmet alma fırsatı veriyor. Öte yandan Tamamlayıcı Sağlık Sigortası'ndaki



Metin Oğuz

genişletilebilen teminatlar pek çok ihtiyacı karşılama imkânı da sunuyor. Örneğin tüp bebek sahibi olmak isteyen sigortalılarımız, ek prim ödeyerek poliçelerine ilgili teminatı ekleyebiliyor. Bu durumda, poliçenin geçerli olduğu süre içinde gerçekleşecek tüp bebek tedavisine ilişkin giderler, SGK'nın ödeme şartları doğrultusunda, bu teminatın kullanılması için özel olarak anlaşma yapılmış olan sağlık kurumlarında karşılanıyor. Doğum teminatı da TSS poliçeleri kapsamında sigortalıların isteğine bağlı olarak, belirlenmiş ek primin ödenmesiyle birlikte poliçelere eklenebiliyor."



Ziraat Bankası'nda bir gecede 11 genel müdür yardımcısı değışti

Kim nereye transfer oldu?

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

Sektörle ilgili son gelişmeler

TRT Genel Müdürlüğü'ne talip olan bankacı kim?

Hepsi ve daha fazlası için
www.finansgundem.com



FİNANS SEKTÖRÜNÜN
İNTERNETTEKİ BULUŞMA ADRESİ

Ödüllü **EJENTO** mobil yenilendi

Sompo Japan Sigorta, dijital dönüşüm stratejileri doğrultusunda, acentelerine özel olarak geliştirdiği ve acenteleri için ofis/ mesai saati kavramını yeniden tanımlayan ödüllü Ejento mobil uygulamasını güncelledi. Hız ve kullanım kolaylığı olarak sektördeki benzerlerine göre oldukça farklı konumlandırılan Ejento mobil uygulaması, içerdiği özelliklerle acentelerin müşterilerin taleplerine daha hızlı yanıt vermesini sağlıyor. Kasko ve trafik ürünlerine ek olarak tamamlayıcı sağlık sigortasını da Ejento hızlı satış ekranlarına ekleyen Sompo Japan Sigorta, uygulamanın kullanım yaygınlığını artırmayı amaçlıyor. Uygulamada akıllı arama, acente hasar iletişim, portföyüm, poliçe basım ve müşteri kart alanları geliştirilerek birçok güncellemeye de yer verildi. Tüm bu özelliklerin yanı sıra kişiselleştirilmiş ve iyileştirilmiş bildirim seçeneği eklenen Ejento uygulamasına, özel Ejento jingle'i da tanımlandı.

Asya'dan da ödülle döndü

Sompo Japan Sigorta Pazarlama ve Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Özer Şimşek, son yıllarda dünyada ve paralel olarak Türkiye'de de şirketlerin bilişim teknolojileri merkezli dijital dönüşüm stratejilerini iş modellerine entegre etmesinin sigorta sektöründe de geçerli olduğunu vurguluyor. Şimşek, şirketinin bu doğrultuda geliştirdiği Ejento mobil uygulamasıyla ilgili şu bilgileri paylaşıyor: "Dijitalin gelişmesi tüm

"Mobil acente" kavramını ortaya koyan ve tüm acentelerinin mekân-zaman fark etmeksizin birçok farklı sigortacılık işlemiyle birlikte poliçe teklif ve satışına olanak sağlayan Sompo Japan Sigorta, güncellenen uygulaması Ejento ile dijital dönüşüm stratejilerini iş modellerine entegre etmeye devam ediyor...



Özer Şimşek

sektörlerde olduğu gibi sigorta sektöründe de iş yapış şekillerimizi değiştirmemize olanak tanıyor. Bu çerçevede geliştirilen uygulamalar, müşterilerin daha iyi ve hızlı hizmet almasını hedefliyor. Biz de Sompo Japan Sigorta olarak acentelerimizin severek kullandığı ve zaman mekân kavramından bağımsız olarak müşterilerimize hizmet sunmaya olanak tanıyan Ejento mobil uygulamamızı geliştirmiş olmaktan büyük bir memnuniyet duyuyoruz. Acentelerimiz, Ejento ile müşteri deneyimini

en üst seviyeye çıkarıyor. Yine mobil uygulamamız sayesinde acentelerimizin ofis dışında geçirecekleri zamanla satış ve müşteri memnuniyetine daha fazla odaklanmalarını hedefliyoruz. Ejento uygulamasıyla bugüne kadar 'The 5th Sompo Global Awards' ve 'Celent Model Insurer Awards' etkinliklerinde iki ödül alan Sompo Japan Sigorta'nın, temmuz ayında düzenlenen 'International Asia Insurance 2018'den birincilikle dönerek yeni bir başarıya imza attığını da belirtmek istiyorum."

“SON GÖRÜLME” İÇİN ÇOK ERKEN.

Güvenli bir sürüş için
gözünüzü yoldan ayırmayın.
Bir an için bile!



Mesaj gönderirken ya da okurken gözümüzü yoldan en az 5 saniye ayırmış oluyoruz. Bu süre, 90 km hızla giderken 1 futbol sahasını boydan boya geçmeyle eşdeğer. Axa Sigorta Yol Güvenliği Anket ve Raporu'na göre ülkemizde sürücülerin 4'te 1'i sürüş esnasında telefonuna kısa süreli göz atmakta sorun görmüyor. 5'te 1'i direksiyon başında telefonla konuşuyor, e-postalarına cevap veriyor. 6'da 1'i arkadaşlarının mesajlarına cevap vermezse kınılacaklarını düşünüyor. Axa Sigorta olarak “İnsanların daha iyi bir yaşam sürmelerine katkı sağlama” misyonumuz doğrultusunda “Telefon Kazasına Son” diyoruz. Trafikteki milyonlarca insanın hayatı için sürüş esnasında elinizi direksiyondan, gözünüzü yoldan ayırmayın.



AXA SİGORTA

Portföy yönetiminde yenilikçi bir yaklaşım: OTOMATİK DANIŞMANLIK



Doç. Dr. Serra Eren Sarıoğlu
Ludens İleri Finansal Hizmetler ve
Danışmanlık Yönetici Ortağı

ses@ludens.com.tr



Sevgili okurlarımız, bu ayki yazımızda sizlere “otomatik danışmanlık” (robo-advisor) adı verilen otomatize edilmiş portföy yönetimi ve yatırım danışmanlığı hizmetinden bahsetmek istiyoruz. Teknolojide yaşanan hızlı değişimler, tüm sektörleri olduğu gibi finansal hizmetleri de etkilemeye başladı. Özellikle gelişmiş ülkelerde yaklaşık 10 yıl önce başlayan bu değişim, portföy yönetimini ve yatırım danışmanlığını otomatize edilmiş bir süreç haline getirdi. “Algoritmik danışmanlar” adı da verilen otomatik danışmanlar, çok yönlü yatırım algoritmaları kullanarak kişilere, beklentilerine, varlık yapılarına, yatırım kısıtlarına ve risk algılarına uygun portföyler öneriyor. Ardından, değişen piyasa koşullarına ve yatırımcının zaman içinde farklılaşan yatırım özelliklerine bağlı olarak portföylerinin dağılımını yeniden düzenliyor.

Otomatik danışmanlık sistemi nasıl işliyor?

Başta otomatik danışmanlığın merkezi olan ABD olmak üzere gelişmiş ülkelerdeki otomatik danışmanlık şirketleri, hizmetlerini açık mimari bir yapı üzerinden veriyor. Bir başka deyişle, sistemleri bir web portal üzerinden çalışıyor. Yatırımcılar,

bu web portallara internet üzerinden kayıt oluyor; yatırım amaçlarını, yaş, cinsiyet, medeni durum gibi objektif özellikleri yanında, risk algısı gibi subjektif özelliklerini ve yatırım yapmak istedikleri tutar ile süreyi sisteme tanımlayarak hizmet alımını başlatıyor. Yatırımcıdan alınan verileri kullanan otomatik danışman algoritması, kişiye özel bir portföy oluşturuyor, piyasayı ve yatırımcının mevcut özelliklerini etkileyen herhangi bir değişiklikte varlıkların dağılımını otomatik olarak yeniliyor. Böylece sadece yüksek tutarlarda servete sahip olan yatırımcıların hayli yüksek bedeller ödeyerek aldığı özel portföy yönetimi hizmeti, düşük tutarlarda serveti olan yatırımcıların da faydalandığı düşük maliyetli bir hizmet olarak ortaya çıkıyor.

Y ve Z kuşakları hedef kitle

Otomatik danışmanlık şirketleri için en geniş müşteri tabanı haline gelen Y ve Z kuşakları, teknolojiyle büyümüş, ürün ve hizmet alırken kendisi araştırıp karar vermek isteyen genç nesiller. Bu nesiller, finansal ürün ve hizmet alırken de interneti kullanmak istiyor ve yüz yüze bir danışmanlık sistemi yerine birçok noktada kendilerinin müdahil olduğu bir satın alma sürecini tercih ediyor.

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

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

Gelişmiş ülkelerde otomatik danışmanlık sektörü

Otomatik danışmanlığın ortaya çıkışı 2008 yılında ABD'de oldu. Halen de ABD, otomatik danışman sayısı ve yönetilen portföy büyüklüğü anlamında lider piyasa konumunda. Onu İngiltere, Kanada, Avustralya, İsviçre, Fransa, Hindistan, Japonya, Hong Kong gibi piyasası şeffaf ve derin, borsa yatırım fonlarının kullanımı yaygın ve veriye ulaşımın kolay olduğu ülkeler takip ediyor. Tüm bu piyasalarda otomatik danışmanlık hizmeti, ülkenin sermaye piyasası otoriteleri tarafından düzenleniyor. Otomatik danışmanlar, Yatırım Danışmanları Yasası'na göre yatırım danışmanı olarak kabul ediliyor.

ÜLKELERE GÖRE EN BÜYÜK OTOMATİK DANIŞMANLIK ŞİRKETLERİ

Şirket	Kuruluş tarihi	Ülke
Betterment	2009	ABD
Wealthfront Personal	2008	ABD
Capital Advisors	2011	ABD
Wealthsimple	2014	Kanada
Nest Wealth	2014	Kanada
Nutmeg	2012	İngiltere
Wealth Horizon	2014	İngiltere
Stockspot	2013	Avustralya
ArthaYantra	2006	Hindistan
Fundsindia	2008	Hindistan
8 Now	2015	Hong Kong ve Japonya

Otomatik danışmanlığın geleceği

Özellikle Wealthfront, Betterment, Charles Schwab ve Nutmeg gibi şirketlerin öncülüğünde otomatik danışmanlık sektörü dünya çapında hızla büyüyor. Yapılan bir araştırmaya göre, 2020 yılında sektörün yönettiği portföy büyüklüğünün 2 trilyon dolara çıkması bekleniyor. Özellikle portföy yönetim ücretlerinin geleneksel yatırım danışmanlarına göre oldukça düşük olması (yaklaşık beşte biri kadar), sektörün cazibesini artırıyor. Ayrıca asgari yatırım tutarının oldukça düşük olması da geleneksel yatırım danışmanlığına göre sektörü daha avantajlı hale getiriyor. Otomatik danışmanlık yatırımlarını aktif bir şekilde takip etmek isteyen ve küçük tutarlarda yatırım yapan kişiler için oldukça cazip imkânlar sunuyor. Peki ülkemizde otomatik danışmanlıkla ilgili herhangi bir gelişme, oluşum var mı? Bu sorunun yanıtını da bir sonraki yazımızda verelim...

LUDENS FON RATING EMEKLİLİK FONLARI REYTING SONUÇLARI (27 Temmuz 2018 itibarıyla)

Kamu Borçlanma Araçları Emeklilik Fonları

Fon Kodu	Fon Adı	Yıldızı	Yıllık ortalama getiri (%)	Portföy Büyüklüğü (TL)	Katılımcı Sayısı
EIG	Fiba Em. ve Hay. Borç. Araç. EYF	★★★★★	4.2	58.938.868	27.772
GEK	Garanti Em. Hay. Borç. Araç. EYF	★★★★★	3.9	1.691.497.532	239.215

Kamu Dış Borçlanma Emeklilik Fonları

AH4	Anadolu Hayat Em. İki. K.D.B.A. EYF	★★★★★	22.0	529.023.053	119.381
-----	-------------------------------------	-------	------	-------------	---------

Hisse Senedi Emeklilik Fonları

	Cigna Finans Em. ve Hay. Bir. His. Sen. EYF				
CHH		17.0	70.008.080	23.197	
AZH	Allianz Hayat Em. His. Sen. EYF		14.9	288.058.580	48.716
ALH	Allianz Yaşam ve Em. His. Sen. EYF		13.5	406.052.356	62.139
ZHB	Ziraat Hayat ve Em. His. Sen. EYF		11.4	161.474.968	193.135
EIH	Fiba Em. ve Hay. Oyak Port. His. Sen. EYF		9.6	38.957.457	18.618

Esnek Emeklilik Fonları

AZB	Allianz Hayat Em. Den. Değ. EYF	★★★★★	10.7	255.760.276	50.912
GHE	Garanti Em. Hay. Den. Değ. EYF	★★★★★	10.3	814.127.930	100.515
BPE	BNP Paribas Cardif Em. Bir. Değ. EYF	★★★★★	10.0	183.051.326	83.618
HEB	AXA Hayat ve Em. Değ. EYF	★★★★★	9.8	84.644.877	18.269
BEE	Fiba Em. ve Hay. Den. Değ. EYF	★★★★★	9.3	66.221.176	19.554
ZHE	Ziraat Hayat ve Em. Değ. EYF	★★★★★	9.3	810.906.882	516.886
CHM	Cigna Finans Em. ve Hay. İki. Değ. EYF	★★★★★	8.8	23.606.628	13.116

Standart Emeklilik Fonları

VEK	Vakıf Em. ve Hay. Standart EYF	★★★★★	7.5	941.306.184	263.145
CHS	Cigna Finans Em. ve Hay. Standart EYF	★★★★★	7.0	15.181.947	5.033
AMS	Allianz Yaşam ve Em. Stand. EYF	★★★★★	5.7	68.474.408	22.650
MHK	MetLife Em. ve Hay. K.B.A. Stand. EYF	★★★★★	3.6	517.936.705	161.477

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

BES yaptır, mali kriz olmasın(!)



Sinan Metin
BES Uzmanı ve Eğitim Danışmanı

Yılbaşından bugüne artan faiz, özellikle TL kamu kağıtlarına yatırım yapan katılımcıların bireysel emeklilikteki birikimlerini ve devlet katkısını azalttı. Endeks ve hisse senedi fonları da kazançlı olmayınca katılımcıların fon varlığı artmadı, aksine azaldı...

2018 yılının son çeyreğine elimizde nur topu gibi bir döviz kriziyle giriyoruz. Döviz kurundaki değişimlerin ekonomiye 3 ile 6 ay arasında etki yaptığı bilinir. Bu durumda kış aylarının ekonomik anlamda daha soğuk geçeceğini düşünmek yanlış olmaz. Son çeyrekteki ekonomik koşulları anlamak kadar bu koşullar altında tasarruf ve yatırımlarımızı değerlendirirken nasıl davranacağımızı da düşünmek durumundayız. Yaklaşık 7 milyon bireysel emeklilik katılımcısının tasarrufları açısından bu davranışlar ayrıca önemli olacaktır. İsterseniz Emeklilik Gözetim Merkezi'nin (EGM) verilerine göre, 2018 yılının ilk 7 ayında oluşan bazı sonuçlara bakarak başlayalım...



katılımcı sayısı 45 bin ama sistemden emekli olan katılımcı sayısı 15 bin. Oran olarak yüzde 30. Bu aslında "sistemi terk" demektir. Yılbaşından bugüne katılımcıların hesaplarına ödedikleri katkı payı tutarı yaklaşık 4.4 milyar TL. aynı dönemde katılımcıların fon tutarı ise sadece 4.3 milyar artmış(!) Aslında fon getirisi olmadığı gibi eksilmiş de...

Tarih	Katılımcı sayısı	Katılımcıların fon tutarı (Milyon TL)	Devlet katkısı fon tutarı (Milyon TL)	Emekli olan katılımcı sayısı	Bireysel emeklilik sözleşmeleri	Gruba bağlı sözleşmeler	İşveren grup emeklilik sertifikası
05.01.2018	6.928.979	68.175	10.147	64.142	6.061.650	1.508.939	604.982
30.04.2018	6.965.986	70.690	10.821	72.559	6.125.510	1.497.747	613.262
30.06.2018	6.984.044	71.201	9.938	77.148	6.157.169	1.491.242	616.451
03.08.2018	6.974.145	72.419	9.730	79.412	6.156.667	1.483.556	616.208



Yılbaşından bugüne katılımcı sayısı yaklaşık 45 bin kişi artmış. Geçen yıllarda bir ayda sisteme bu kadar kişi katılırdı. Gruba bağlı sözleşmeler 25 bin civarında azalmış. Sistemde kurulan yeni 95 bin bireysel emeklilik sözleşmesini düşündüğümüzde aslında emeklilik şirketleri ve dağıtım kanalları bu yıl az katılımcıya iki ve üç sözleşme satarak ilk 7 ayı geçirmiş. Sisteme katılan yeni

Devlet katkısı fonu tutarı ise yılbaşına göre 400 milyon TL ekside. Nisan sonu rakamına göre yaklaşık 1.1 milyar TL geride. Yılbaşından bugüne artan faiz, özellikle TL kamu kağıtlarına yatırım yapan katılımcıların bireysel emeklilikteki birikimlerini ve devlet katkısını azalttı. Endeks ve hisse senedi fonları da kazançlı olmayınca katılımcıların fon varlığı artmadı,



aksine azaldı. Burada fon danışmanlığı alanlar ve getiri sağlayan emeklilik fonlarında fon değişikliği yapan katılımcıları hariç tuttuğumu söylemeliyim. Bireysel emeklilik fonları sermaye piyasası enstrümanıdır. Katılımcı yılda 7 kez fon değişikliği yapabilir. Fonlar farklı dönemlerde farklı getiriler sağlar. Bu yüzden bir fonda çok uzun süre park etmenizin rasyonel ve ekonomik nedenleri olmalıdır. Ancak mali piyasaların hareketli olacağı 1-2 yıl içinde emeklilik fonlarını zamanında değiştirerek emeklilik birikimlerinizi eritmez tam aksine artırırsınız. Bu tespitlerdeki maksadım sistemi kötülemek değil. Çok emek harcandı. Çok fazla yol alındı. Çok

zor işler başarıldı. Daha iyisini yapmalıyız ve daha iyisi bizim, ülkemiz için mümkün. Ülke olarak paraya sıkıştığımız her zaman bireysel emeklilik fonları gündem konusu olur. O zaman “Devlet bu paralara el koyar” gibi sosyal medya magaziniyle ilgili

değil. Tasarrufları artırmaya giden en güvenli, şeffaf, kazançlı ve uzun soluklu yol olduğu için... Bireysel emeklilikle cari açığı da kapatırız, faizleri de düşürürüz, sosyal güvenliği de iyileştiririz. Ama bu haliyle değil, detaylarını konuşmalıyız.



başlangıç tarihinden önce var olan şikayet ve hastalıklarıyla ilgili her türlü sağlık tedavi masrafları da kapsam dahilinde ödeniyor. Yatarak yapılan tedaviler, poliçe özel ve genel şartları çerçevesinde yüzde 100 ödeniyor. Ayakta yapılan tedavilerdeyse yılda 8 kez doktor muayenesi ve buna bağlı diğer teminatlar poliçe tarafından karşılanıyor.”

Ücretsiz psikolojik danışmanlık, diş muayenesi ve diyetisyen

Türk Nippon Sigorta'nın Standart Tamamlayıcı Sağlık Sigortası'ndan ise yine SGK kaydı bulunan 59 yaşına kadar herkesin faydalanabiliyor. Bu ürünle beraber sigortalılar, SGK'nın yanı sıra Türk Nippon Sigorta'yla da anlaşmalı olan kuruluşlarda fark ücreti ödemiyor. Ürün, hem ayakta hem yatarak tedaviyi kapsıyor. Yatarak tedavi kapsamında evde bakım, suni uzuv ve yardımcı tıbbi malzeme giderleri ile tıbbi danışmanlık, acil sağlık, ambulans ve acil hekim hizmetlerini kapsayan Türk Nippon Sigorta acil ambulans hizmetleri teminat altına alınıyor. Sigortalılar bu ürünle sunulan dış tasarruf planı kapsamında yılda bir kere diş muayenesi, detertraj ve diş röntgen filmi hizmetlerinden ücretsiz yararlanabiliyor. Yine bu poliçeyle beraber yılda bir defaya mahsus olmak üzere ücretsiz olarak diyetisyene danışılabilir. Sonraki seanslar poliçe kapsamında yüzde 30 indirimli oluyor. Aynı durum psikolojik danışma için de geçerli. Sigortalılar yılda bir kez ücretsiz olarak psikolojik destek alabiliyor, sonraki seanslarda da yüzde 30 indirimden faydalanıyor. Ürün aynı zamanda yılda bir kez ücretsiz check-up hizmeti sunuyor. Kritik hastalık durumunda da sigortalıya 10 bin lira ödeme yapılıyor.

Anne adayları için “Hayata Merhaba”

Dr. E. Baturalp Pamukçu, “Hayata Merhaba” poliçesinin de sektörde önemli bir boşluğu doldurduğuna dikkat çekiyor. Pamukçu, “Sektördeki doğum poliçelerinde genelde 6 aydan 1 yıla kadar bekleme süresi bulunuyor. Poliçe, yapıldıktan 6 ay veya 1 yıl sonra hamileliğin oluşması halinde devreye girer. Oysa ‘Hayata Merhaba’ poliçesinde bekleme süresi olmadığı gibi, hamileliğin kaçınıcı ayı olursa olsun bu poliçe yaptırılabilir” diyor. “Hayata Merhaba”, tedavi giderlerinin anlaşmalı kurumlarda poliçede belirtilen teminat, limit

ve özel şartlarda yer alan acil durumlar listesi doğrultusunda özel ve genel şartlara uygun olarak ödenmesini kapsıyor. Pamukçu, iki paketten oluşan ürünle ilgili şu bilgileri paylaşıyor: “Birinci paket sadece doğum teminatını kapsıyor. Yani anlaşmalı kurumlarda sadece doğum masrafları bu poliçe tarafından karşılanıyor. İkinci paket ise doğum ve tetkikleri karşılıyor. Bu pakette hem doğum hem de belirtilen adetlerdeki hamilelik tetkiklerini kurum bazında kapsıyor. Sigortalılar, hamilelik sona erdikten sonra poliçe bitişi tarihine kadar ilgili poliçenin acil sağlık teminatından da yararlanabiliyor.”

TÜRK NIPPON SİGORTA ACENTELERİ TRABZON VE BATUM’U GEZDİ



Türk Nippon Sigorta acenteleri seyahatlere devam ediyor. Kasko kampanyasında başarılı olan Türk Nippon Sigorta acenteleri, 9-11 Ağustos tarihleri arasında Trabzon-Batum seyahatleriyle ödüllendirildi. Gezinin ilk ayağında Trabzon’a gelen acenteler öncelikle Atatürk Köşk Müzesi’ni ziyaret etti. Aynı gün içinde Sümela Manastırı’nı da gezen ekip, ertesi sabah Gürcistan, Batum’a doğru hareket etti. Acenteler burada Aziz Matthias’ın anıt mezarının da bulunduğu söylenen Asparos (Gonio) Kalesi ve içerisinde bulunan arkeoloji müzesi, ardından Ortodoks Katedrali (Hz. Meryem Ana Kilisesi), Avrupa Meydanı, Altın Post Medea Heykeli, Piazza Meydanı, Tiyatro Meydanı, Batum Bulvarı, Alfabe Kulesi, Ali ve Nino Heykeli ve Osmanlı döneminden kalma Orta Camii’yi görme şansına kavuştu. Akşam yine Trabzon’a dönen grup, ertesi gün de Uzungöl’de bir mini safari yaptı. Gezi esnasında oldukça keyifli vakit geçiren acenteler, bir dahaki seyahatte tekrar buluşmak üzere sözleşti. 📸





El-ayak-ağız hastalığına DİKKAT!



Dr. Lale Seren

Florence Nightingale Hastanesi,
Kadıköy Tıp Merkezi
Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı

El-ayak-ağız hastalığı, “enterovirus” adı verilen bazı virüslerin neden olduğu, deride ve ağız boşluğunda döküntüler oluşturan bulaşıcı bir enfeksiyon hastalığıdır. İşte daha çok çocuklarda görülmesi ve lezyonların yaygın olması sebebiyle ebeveynleri telaşlandıran bu hastalığın belirtileri, teşhisi, tedavi ve korunma yöntemleri hakkında bilinmesi gerekenleri...

El-ayak-ağız hastalığı kimlerde görülür?

En tipik özelliği çocuk yaş gurubunda, özellikle de 3 yaş altında görülmesidir. Kreşlerde özellikle yaz ve sonbahar mevsimlerinde görülme sıklığı artar.

El-ayak-ağız hastalığı nasıl bulaşır?

Virüs doğrudan temas ya da hasta çocuğun salya, dışkı, idrar gibi salgılarıyla temas

sonucu bulaşır. Bulaşmada eller kilit görevi görür. Salgı teması, oyuncaklar ve ellerle bulaşabildiğinden hasta çocuklarla aynı ortamı paylaşmak, kalabalık ortamlarda bulunmak hastalığın bulaşma riskini artırır. Bulaşmayı takiben kuluçka dönemi 5-7 gündür. Bu hastalığın bulaştırıcılığı, döküntüler çıkmadan önceki 3 gün ile döküntüler solup ateş düştükten sonraki 5 güne kadar etkilidir.

El-ayak-ağız hastalığının belirtileri nelerdir?

İlk bulgular halsizlik, kırgınlık halidir. Bunu düşük düzeyde bir ateş takip eder. Ateş 38-38.5 derecedir ve süresi ortalama 3 gündür. Bu süre 7 güne kadar da uzayabilir. El-ayak-ağız hastalığının başlıca belirtileri şöyle sıralanabilir:

- İştah kaybı
 - Huzursuzluk
 - Boğaz ağrısı
 - Yemek yerken ağızda acıma, yutamama
 - Ağız etrafında ve içinde ağrılı döküntüler
 - Ayağın içi ve ayak tabanında ağrısız kaşıntılı döküntüler ve soyulmalar
- Hastalık 7-10 gün kadar sürer.



Ancak virüsün vücut salgılarıyla ve dışkıyla atılımı haftalar sürebilir.

El-ayak-ağız hastalığı nasıl teşhis edilir?

Teşhis klinik bulgulara dayanır. Hastalık genellikle döküntüler ortaya çıktıktan sonra muayeneyle teşhis edilir. Virüs; ağız salgısından, dışkıdan, derideki lezyonlardan izole edilebilir.

El-ayak-ağız hastalığının tedavisi nasıl olmalıdır?

Tedavi ateş düşürücü ve ağrı kesicilerle çocuğu rahatlatmak, sıvı ve besin desteği yapmaktır. Aspirin kullanılmamalıdır. Ağızdaki yaraların bakımı için lokal uygulamalar, ağız spreyleri, vitamin desteği verilebilir. Deri lezyonlarının bakımı önemlidir. Komplikasyon varlığında ek destek tedaviler uygulanır. 

EL-AYAK-AĞIZ HASTALIĞINDAN KORUNMAK İÇİN...

- Virüs sabunla etkisiz hale geldiğinden, el yıkamak en önemli koruyucu uygulamadır.
- Oyuncakların ve çocukların bulunduğu ortamların temizliği de unutulmamalıdır.
- Hasta çocukların özellikle ateşli olduğu dönemlerde kreşe ve okula gönderilmesi gerekir.
- Ateşsiz çocuğun yuvaya, kreşe gitmesinde bir sakınca yoktur.
- Bağışıklığı bozulmuş veya organ nakli yapılan kişilerden hasta çocuklar uzak tutulmalıdır.
- Gebelikte fetusa ve anneye ait riskler kesin olarak bilinmiyor. Bu yüzden gebelerin hastalarla temasının engellenmesi önerilir.
- Henüz el-ayak-ağız hastalığına karşı koruma sağlayacak bir aşı geliştirilebilmiş değil.



Geleceğin Sigorta

İsmail Akdere

Trend Yayınevi / 168 sayfa

Ülkemizde her geçen zaman içerisinde artan ve artmaya devam eden bankacılık ve sigortacılık bölümlerinde ve bölüm öncesi tercihlerde sigortacılık ne kadar tanıtılıyor? İnsanları sigortacılık alanına çeken sebepleri ya da tercihlerini neden bu alanda kullandıklarını araştırdığımızda, varmış olduğum sonuç gösteriyor ki sigortacılık alanını tercih eden genç arkadaşlarımız tamamen bilinçten uzak belli söylem ve dedikodular üzerine bu alana başlamaktadır.

Dinamik bir sektör olma sebebiyle herkesin önceliği kendi işine ağırlık vermek olacaktır fakat kendi işimizi koruyabilmemiz için enerjimizi doğru zamanda doğru yere harcamamız gerekmektedir. Yarının resminin güzel çizilmesini istiyorsak eğer sigorta sektörünün doğru bilgilerle tanıtılması açık olarak herkesin öncelikli görevleri arasında olmalıdır.



İnovasyon ve Girişimcilik

Joe Tidd , John Bessant

Nobel Yayın Dağıtım / 544 sayfa

"Bu kitap inovasyon ve girişimcilikle ilgilenenler için bir referanstır. İkinci baskıya dayanarak Bessant ve Tidd, sürdürülebilirliğe yönelimli inovasyon, yaratıcı girişimcilik, inovasyon modelini şekillendiren ICT'lerin büyüyen önemi, biriken kaynaklama, biriken fonlama ve inovasyon toplulukları güncel tartışmaları kitabın bünyesinde toplamıştır. Teorilerin örnek vakalarla birleştirilmesi, medya bağlantıları ve diğer online öğrenme materyalinin revizyonu bu baskıyı seçkin hâle getirmektedir."

"Bessant ve Tidd'in İnovasyon ve Girişimcilik 2. Baskısı ideal bir lisans kitabıdır. Önceki sınıflandırılmış ilgili araştırmaları çerçeveye yerleştirilerek mantıklı şekilde sunmakta ve görsel materyali, öğrenmeye yardım edecek tarzda başarı ile sentezlemektedir."

Bu kapsamlı ve saygı uyandıran metin güvenilir bir takım olan John Bessant ve Joe Tidd tarafından



hazırlanmıştır. Her ikisi de mükemmel temelleri ve güvenilir varlıklarıyla inovasyon çalışmalarının içindedir ve pek çok senedir araştırmaların başını çekmektedirler.

Bu metin inovasyon ve girişimcilik hakkındaki sezgileri en üst düzeyde zamana uygun şekilde karıştırmaktadır. Bugün dünyada özel sektörün ve kamu sektörünün her ikisinde de yeni fikirleri ticarileştirmeye ısrar etmek olan inovasyon ekonomik ve sosyal refahı geliştirmek için vardır. Aynı zamanda büyüyen etkili ve başarılı inovasyon, organizasyonel hazırlıkların yapılmasını ve bireylerin potansiyellerini inovasyona aktarmak için enerji

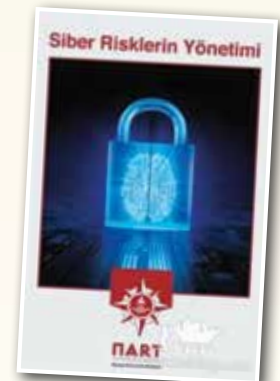
ve bağlılığını gerektirmektedir. Bu metin bunun nasıl yapılacağını, ulaşılabilir şekilde örneklemektedir. Bu alandaki lisans dersleri için ve gerçekten de otoritelerini ispat etmek isteyen araştırmacılar ve uygulamacılar için etkili bir bağ oluşturacaktır.

Siber Risklerin Yönetimi

Kollektif

Kıtap Dostu Yayınları / 100 sayfa

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin sınırsız yaratıcılık ve yenilikçiliğinin yanında aydınlık ve karanlık yönleri var. Teknolojinin karanlık yüzünde binlerce kişi ve çıkar gurubu siber tehlike yaratarak kurumları ve bireyleri tehdit ediyor. Siber risklere karşı korunma önlemlerinin de ele alındığı NART Risk Management Forum'da iş dünyası, teknoloji hukuk ve sigorta gözünden bu tehditlerin nasıl yönetebileceğine dair yapılan tespitleri de bu kitapta bulabilirsiniz.



EVİNİ EŞYALARINA SARILACAK KADAR ÇOK

SEVİYORSAN SİGORTALAT BİZCE!



**GÜNEŞ
SİGORTA**
“Hayat daha kolay”

Kaybetmek yok diyenlere, **sınır yok!**

Aracınızla yurt dışına çıkarken zorunlu Yeşil Kart Poliçenizi
www.anadolusigorta.com.tr üzerinden kolayca yapabilirsiniz!

TC Kimlik numaranızı ve plakanızı girin, poliçeniz
kapınıza kadar gelsin, seyahat planınız stressizce
devam etsin!



0850 724 0850
www.anadolusigorta.com.tr

**ANADOLU
SİGORTA**
Kaybetmek yok.