

Siber saldırı riski şirketleri korkutuyor

Firmalar artık dünya genelinde siber riskleri doğal afet risklerinden daha fazla ciddiye alıyor. Buna rağmen, Ponemon Institute'ün anketine katılan firmalar arasında, 10 yıldır piyasada olan siber risk sigortasına sahip olanların oranı yüzde 31'i geçmiyor. 23



Dünya Kadınlar Günü'nü kutladık 29

Türkiye'nin En Çok Satan Sektör Yayını

sigortacı gazetesi

NİSAN 2014 YIL: 29 / SAYI: 425 AYDA BİR YAYINLANIR

Avrupa düşüşte

Avrupa sigorta pazarı, finansal piyasalarda görülen düzelmeye rağmen 2012 yılında da daralmaya devam etti. 2002-2007 arasında küresel piyasadaki payı yüzde 32'den yüzde 43'e çıkan Avrupa kıtası, 2011'de yüzde 36'ya geriledi. Avrupa, 2012'de yüzde 33'e düşen pazar payına rağmen en büyük sigorta piyasası olmaya devam etti. Kuzey Amerika yüzde 30, Asya yüzde 29'luk paya sahip oldu. Küresel üretim yüzde 0.3 artarak 4 trilyon 613 milyar dolara ulaştı. 24

2011-2012 Prim Üretimlerinin Kıtalara Göre Dağılımı



2012'de Avrupa'nın toplam prim üretimi bir önceki yıla göre % 0.3 azalarak 1 trilyon 93 milyar euroya düştü. Kıtalar arasında en yüksek büyüme oranı % 5'le Kuzey Amerika'da gerçekleşti. Asya pazarıysa % 3.7 oranında büyüdü.

Kaynak: Swiss Re Sigma Raporu
Not: Avrupa, Ukrayna ve Rusya'yı da kapsıyor.

İşe yeni başlayana otomatik BES

Bireysel Emeklilik Sistemi'ni (BES) geliştirmek için yapılan çalışmaya göre, işe yeni başlayan herkes otomatik olarak BES'e katılacak. Ancak, poliçeyi devam ettirip ettirmemek gönüllülüğe bağlı olacak. İşe yeni başlayan çalışan, sosyal güvenlik sistemine alındıktan sonra, Bireysel Emeklilik Sistemi'ne girişi de sağlanacak. Sigortalı, sistemde kalmak istemezse hiçbir kayba uğramadan emeklilik planını iptal edebilecek. 31

Şirketler niş ürünlerle fark yaratıyor

Fark yaratmanın önemli olduğu sektörlerin başında gelen sigortacılık, geleneksel ürünlerin yanı sıra, farklı müşteri gruplarının ihtiyaçlarına göre hazırlanan niş ürünlerle de büyümek istiyor. Şirketler için fark yaratan çözüm odaklı niş ürünler, geleneksel ürünlerin karşılayamadığı ihtiyaçları da karşılayabiliyor ve müşteriler için önem taşıyor. 30

Bireysel Emeklilik Sistemi getiride OECD üçüncüsü

OECD'nin araştırmasına göre, bireysel emeklilik fon getirilerinde Türkiye, 2008 ile 2012 arasında yıllık ortalama yüzde 11,6 nominal getiri ile birinci sıradayken, enflasyondan arındırılmış reel getiride ise yüzde 3,4 ile üçüncü sırada yer alıyor. 41

Düşük ve orta gelir grubunun sigortaya olan talebi artacak

Önümüzdeki dönemde sigorta ürünlerine olan talepte orta ve düşük gelirli sınıfın payının artması bekleniyor. EY'nin araştırmasına göre, şirketlerin ürünlerini bu segmente cazip kılabilmesi amacıyla, daha düşük kâr marjlarıyla çalışabilecek yönetimsel modellere ihtiyaç duyulacak. 21

Acentelerin sorunları Ali Babacan'a iletildi

SAİK Başkanı Hüseyin Kasap, 7'nci Türkiye Sektörel Ekonomi Şûrası'nda, acentelerin beş önemli konudaki sorunlarını ve çözüm önerilerini birinci ağızdan Başbakan Yardımcısı Ali Babacan'a ve ilgili bakanlara iletme fırsatı buldu. 57

"Dijital yatırımlar acenteleri kapsamalı"

Acentelere dijital modernizasyon ve mobil satış imkanı sağlanması gerektiğini söyleyen SAB Başkanı Doğan Şen, yetkisiz ve kötü niyetli kişilerin poliçe kesmesini engelleyecek güvenlik kilitlerinin kurulmasını da istedi. 58

"Acentelik mesleği kazanırsa tüm sektör kazanacak"

İTO Sigortacılık Meslek Komitesi Toplantısı'nda konuşan Meslek Komitesi Başkanı Levent Korkut, sigorta acentelerinin üzerine yüklenen sorumlulukların oldukça arttığını söylerken, gelir ve kazanımların azaldığını vurguladı. 22

DASK dünyada ilgi odağı oldu

DASK Yönetim Kurulu Başkanı Selamet Yazıcı, doğal afetlerin yıkıcı etkilerine maruz kalan bazı ülkelerin kendi sistemlerini geliştirmek için, DASK'ın zorunlu deprem sigortasındaki deneyimlerinden yararlanmak istediklerini söyledi. 6



TSB başkanlığına iki aday

Groupama Genel Müdürü Ramazan Ülger ve Allianz Türkiye CEO'su Solmaz Altın, Türkiye Sigorta Birliği'nin başkanlığına aday oldu. TSB'nin yeni başkanı 11 Nisan'da gerçekleşecek Olağan Seçimli Genel Kurul Toplantısı'nda belirlenecek. 28



İletişim kanalları güçlendirilmeli

Türkiye'de internet kullanıcılarının son beş yılda yüzde 250 oranında artış kaydettiğini söyleyen Generali Sigorta Genel Müdürü Mine Aykın, bundan dolayı acentelerin iletişim kanallarının güçlendirilmesi gerektiğini belirtti. 18



İlk 20 şirketin stratejileri

David Kohen Avrupa'daki ilk 20 sigorta şirketinin büyüme stratejilerinde iki önemli başlığın öne çıktığını yazdı: Globalleşme sürecinin sürdürülmesi ve dijital uygulamalar yoluyla ürün yenileme stratejileri. 54



Bilirkişi gerçekte ne kadar biliyor?

Mahkemelerin sigorta davalarında atadığı her bilirkişinin konunun uzmanı olmadığını söyleyen yazarımız Tümuçin Alpay, yetersiz bilirkişiler nedeniyle sigorta şirketlerinin zarara uğradığını yazdı. 33



STOP LAMBASI FİYATINA OTOMOBİL KASKOSU ANADOLU SİGORTA'DA

ANADOLU SİGORTA
Kaybetmek yok.

Anadolu Sigorta **Pert Kasko** ile aracınızı uygun fiyatlarla pert olma ve çalınmaya karşı koruma altına alın.

0850 7 24 0850
www.anadolusigorta.com.tr

Türkiye İş Bankası kuruluşudur.
TÜRKİYE İŞ BANKASI



Anadolu Sigorta, bireysel sağlık sigortası kapsamında sunduğu hizmet ve avantajlarla sigortalıların hayatını kolaylaştırmaya devam ediyor. 'Senin Yanında' asistans hizmeti hakkında konuşan Anadolu Sigorta Genel Müdürü Musa Ülken, birçok avantajın sağlık sigortası poliçe sahiplerine sunulduğunu belirtti.

Hastalıkta ve sağlıkta Anadolu Sigorta

BİRBİRİNDEN avantajlı paketleriyle, kaza veya hastalık sonucunda ortaya çıkabilecek sağlık giderlerini yüzde 100'e kadar güvence altına alan Anadolu Sigorta, asistans hizmetleriyle de sigortalıların hayatını son derece kolaylaştırıyor.

Özel transfer hizmetinden, kanser hastalarına sağlanan koçluk hizmetine, küvöz teminatından, 18 yaşına kadar tüm çocuklara, herhangi bir koşula bağlı olmadan sunulan yenileme garantisine kadar birçok avantaj ve ayrıcalık Anadolu Sigorta sağlık sigortası poliçe sahiplerine sunuluyor.

ANADOLU SİGORTA 'SENİN YANINDA'

Anadolu Sigorta ve Europ Assistance işbirliğiyle hayata geçirilen 'Senin Yanında' asistans hizmeti, kanser hastası olan sigortalıların günlük yaşantıları içinde ihtiyaç duyabilecekleri destekleyici hizmetleri kapsıyor. Anadolu Sigorta kanser tedavi teminatı içeren sağlık sigortası poliçesi sahiplerine verilen bu hizmetler arasında kanserin etkileriyle mücadele ve koçluk, yurtdışı ve yurtiçi ikinci görüş, kemoterapi ve radyoterapi için ilgili merkezlere nakil hizmeti, evde bakım destek hizmetleri, pediatrik onkolojide sosyal destek, kanser tarama ve evcil hayvan bakımı yer alıyor.

ÖZEL ARAÇ HİZMETİ DE SİGORTALILARA SUNULUYOR

Anadolu Sigorta'nın sağlık sigortası poliçe sahiplerine sunduğu Medilab Assist Hizmeti ile sigortalılar hiçbir ek ödeme yapmadan İstanbul, Ankara ve İzmir il sınırları içerisinde nerede olurlarsa olsunlar, bulundukları yerden özel araçla aldırılıp, işlemleri bittikten sonra, yine istedikleri yere özel araçla bıraktırılıyorlar.

Medilab anlaşmalı merkezlerde gerçekleştirilecek, ameliyatlar da dahil olmak üzere muayene, laboratuvar, görüntüleme, endoskopi, kolonoskopi, biyopsi, patoloji, EMG, EEG, ultrasonografi ve doppler gibi birçok tıbbi işlem için sadece bir randevu alınması yeterli oluyor. Bu işlemlere yönelik 'Doktor İstem Kağıdı'nın medilab yetkilisine iletilmesiyle birlikte sigortalılar bu transfer hizmetinden ücretsiz olarak faydalanabiliyor.

18 YAŞINA KADAR ÇOCUKLARA KOŞULSUZ YENİLEME GARANTİSİ

Konu hakkında açıklama yapan Anadolu Sigorta Genel Müdürü Musa Ülken, Türk sigorta sektöründe ilk kez 18 yaşına kadar tüm çocuklara, herhangi bir koşula bağlı olmadan, sigorta başlangıç tarihinden itibaren yenileme garantisi verildiğini ifade etti. Anadolu Sigorta'nın poliçe sahiplerine sunduğu 'Kuvöz Teminatı' ile yeni anne babalara da avantajlar sunulduğuna değinen Ülken, sözlerini şöyle tamamladı: "Bireysel sağlık sigortasında, doğum teminatlı bir poliçeye sahip, bu teminata hak kazanmış sigortalıların doğan çocuklarının, doğum tarihinden sonraki 15 gün içinde Anadolu Sigorta'dan sigortalanmış olmaları durumunda, küvöz giderleri yüksek bir limit verilerek karşılanıyor. Ayrıca Anadolu Sigorta'dan en az 4 yıl kesintisiz poliçe sahibi olan ve son 4 yıl, her bir yıl için poliçelerinde ödenen tazminat/kazanılan prim oranları yüzde 100'ün altında olan tüm sigortalılara da, risk değerlendirmesi yapılmadan, yenileme garantisi veriliyor. Hastanede yatışlı tedavi gören sigortalıların ise oda-yemek-refakatçi giderlerinde herhangi bir gün sınırlaması uygulanmıyor."

Anadolu Sigorta'nın sağlık sigortasıyla ilgili detaylı bilgiyi acentelerinden veya www.anadolusigorta.com.tr websitesinden alabilirsiniz.

Geleneksel Anadolu Sigorta bölgesel acenteler toplantıları devam ediyor

Anadolu Sigorta acentelerinin moral ve motivasyonlarını artırmak, sigortacılık faaliyetlerinde karşılaştıkları problemleri tespit ederek çözüm üretmek ve tüm sigorta konularına ilişkin etkin bir paylaşım platformu yaratmak amacıyla acenteleriyle buluşmaya devam ediyor.

Bu kapsamda düzenlenen geleneksel bölgesel acenteler toplantılarının ilk serisi, Genel Müdür Musa Ülken ve genel müdür yardımcıları başta olmak üzere üst yönetimin de katılımıyla, şubat ve mart aylarında; İzmir, Adana, Ankara ve İstanbul'da ilki kez olmak üzere; Bölge Müdürlüklerine bağlı acentelerle beraber gerçekleştirildi.

Mayıs ayı sonuna kadar devam edecek olan Anadolu Sigorta bölgesel acenteler toplantılarında; Trabzon-Samsun, Bursa, Antalya Bölge Müdürlükleri ve Kıbrıs Şubesi'ne bağlı acentelerle de bir araya gelinmesi planlanıyor.



Acentelerin motivasyonlarını artırmak için düzenlenen toplantıların biri de Ankara'da yapıldı.



Adana



İstanbul



İzmir

Zirvede tek bir yer var



Biz 6 yıldır oradayız

AXA SİGORTA, 2013 yılında elementer prim üretimindeki %15,2'lik pazar payı ve 6,4 milyon poliçe adediyle bu yıl da sektörün en büyüğü oldu.*

6 yıldır bizi zirveye taşıyan müşterilerimize, acentelerimize, aracılarımıza, çalışanlarımıza ve ortaklarımıza gönülden teşekkür ederiz.

AXA SİGORTA ACENTELERİ
www.axasigorta.com.tr
0850 250 99 99

*AXA SİGORTA, TSB 2013 yıl sonu verilerine göre hayat dışı branşlar toplamında prim üretimi ve poliçe sayısında lider şirkettir.

AXA SİGORTA

sigortacılık / **yeniden tanımlanıyor**

AXA SİGORTA prim üretiminde 6. yılda da lider

Türkiye Sigorta Birliği'nin açıkladığı 2013 yılı prim üretimi sonuçlarına göre, 3 milyar 168 milyon lira ile sektörde en yüksek prim üretimini gerçekleştiren AXA SİGORTA liderliğini 6 yıl süresince devam ettirerek önemli bir başarıya imza attı.

Türkiye Sigorta Birliği verilerine göre, 2013 yılında tüm sigorta sektörü toplam 20 milyar 834 milyon liralık hayat dışı üretim gerçekleştirdi. AXA SİGORTA, hayat dışı branşlarda 3 milyar 168 milyon liralık üretim ve yüzde 32,8 gibi önemli bir büyüme oranı ile 2013 yılında da sektördeki liderliğini sürdürdü. Pazar payı yüzde 15,2'ye ulaşan şirketin poliçe adedi de 6,4 milyonu geçti.

Branşlar bazında incelendiğinde, AXA SİGORTA'nın 1 milyar 519 milyon lira ile en yüksek üretimi gerçekleştirdiği trafik branşında pazar payı rakiplerinin oldukça üzerinde, yüzde 30,6 olarak gerçekleşti. Kasko ve yangın branşlarındaki iddiasını da sürdüren şirket, kasko branşında 797 milyon liralık üretimi ile yüzde 15,9 pazar payı ve geçen sene aynı döneme göre yüzde 14,5 büyüme elde etti. Yangın branşında ise 401 milyon lira üretim gerçekleştirerek prim üretimini yüzde 25,8 artırdı.

Henri de Castries'a TÜSİAD'dan 'Bosphorus Prize' ödülü

AXA Yönetim Kurulu Başkanı ve Institut du Bosphore Bilim Kurulu Eşbaşkanı Henri de Castries, TÜSİAD'ın Bosphorus Prize for European Understanding / Dış Politika Ödülü'ne layık görüldü.

TÜSİAD'ın Bosphorus Prize for European Understanding / Dış Politika Ödülü, AXA Yönetim Kurulu Başkanı ve Institut du Bosphore Bilim Kurulu Eşbaşkanı Henri de Castries'a verildi.

"TÜSİAD Bosphorus Prize for European Understanding" ödülü 2003 yılında TÜSİAD'ın tesis ettiği ve Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne entegrasyonu sırasında karşılaştığı siyasal, diplomatik, ekonomik, sosyal ve kültürel engellerin aşılmasında yapılan çalışmalara, Türkiye ile AB arasındaki iş birliğinin, karşılıklı anlayışın ve ortak değerlerin gelişmesine katkıda bulunduğuna inanılan kişi veya kuruluşlara veriliyor. TÜSİAD tarafından yapılan açıklamada AXA Yönetim Kurulu Başkanı ve 2009-2013 döneminde Institut du Bosphore Bilim Kurulu Eşbaşkanı olan Henri de Castries'ın özellikle Institut du Bosphore'daki görevi sırasında Fransa ile Türkiye arasında sağlam bir diyalogun ve güven ortamının sağlanması yönündeki çabalarının bu kararda etkili olduğu belirtildi.

Henri De Castries'a ödülü, TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Yılmaz tarafından İstanbul Radisson Blu Bosphorus Otel'de düzenlenen akşam yemeği esnasında takdim edildi.



Henri de Castries'a (sağda) ödülünü TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Yılmaz takdim etti.

Acenteler AXA SİGORTA ile yine mutlu

AXA SİGORTA acenteleri arasında TNS Araştırma Şirketi tarafından yapılan memnuniyet araştırması, acentelerin yüzde 96'sının AXA SİGORTA ile çalışma koşullarından memnun olduğunu ortaya koydu.

AXA SİGORTA acentelerinin şirketin tüm birimlerinden aldığı hizmetlere ve şirket faaliyetlerine ilişkin memnuniyet oranını ölçen "Acente Memnuniyeti" anketi 2013 yılında bağımsız araştırma şirketi TNS tarafından gerçekleştirildi. 1480 acentenin gizlilik ilkeleri gereğince isim ve unvanlarını belirtmeden posta yoluyla yanıtladığı ankette, acentelerin yüzde 96'sı AXA SİGORTA'nın çalışma koşullarından çok memnun olduklarını belirtti.

AXA SİGORTA uygulamalarından memnuniyet oranının ne kadar yüksek olduğunu ortaya koyan araştırmaya katılım oranı ise yüzde 69 oldu. Araştırmaya katılan acentelerin yüzde 93'ü "Mesleğinize bugün başlasaydınız AXA SİGORTA acentesi olur muydunuz?" sorusuna "evet" yanıtını verirken, yine yüzde 93'ü "Bağlı Oldukları Bölge Müdürlüklerinden" çok memnun olduklarını belirttiler. Acentelerin geleceğe ilişkin düşünceleri sorulduğunda ise yüzde 89'u "İşinin geleceği" ve "AXA SİGORTA'nın geleceği" ile ilgili olumlu düşüncelere sahip olduklarını iletti. Acentelerin AXA SİGORTA'nın birimlerinden duydukları memnuniyet seviyeleri ise şöyledir: Satış desteğinden duyulan memnuniyet yüzde 92, teknik ve operasyon biriminden duyulan memnuniyet yüzde 93, tahsilat biriminden alınan hizmetten memnuniyet yüzde 95, hasar biriminden alınan destekten memnuniyet ise yüzde 91 olmuştur.

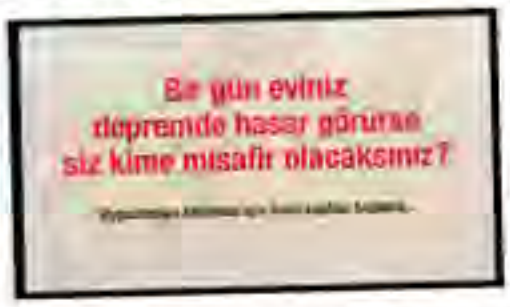


Araştırmaya katılan acentelerin yüzde 93'ü "Mesleğime bugün başlasaydım yine AXA SİGORTA acentesi olurdum" dedi.

DASK zorunlu misafirlerin dertlerine tercüman oluyor

DASK, düzenlediği sosyal medya kampanyalarına bir yenisini daha ekledi. DASK Koordinatörü İsmet Güngör, "Zorunlu Misafir" uygulamasının, "Depremde eviniz hasar görürse kime misafir olacaksınız?" sloganlı iletişim kampanyasının bir parçası olduğunu belirtti.

DOĞAL Afet Sigortaları Kurumu (DASK), deprem risk algısı ve zorunlu deprem sigortası bilincini artırmak için "Zorunlu Misafirlik" konseptiyle düzenlediği sosyal medya kampanyalarına bir yenisini daha ekledi. DASK'ın Facebook sayfasında (www.facebook.com/dask) yayına giren "Zorunlu Misafir" uygulaması ile olası bir depremden sonra başka bir evde uzun süreli misafir olmanın yaratabileceği sıkıntılı durumlara dikkat çekiliyor.



"Zorunlu Misafir" uygulamasının, "Depremde eviniz hasar görürse kime misafir olacaksınız?" sloganlı iletişim kampanyasının bir parçası olduğunu belirten DASK Koordinatörü İsmet Güngör şunları ifade etti: "Depremde evleri hasar gören vatandaşlarımız, zorunlu deprem sigortaları yoksa akrabalarının ya da arkadaşlarının yanında uzun süre misafir olmak zorunda kalıyor. Bu sebeple "zorunlu misafirlik" döneminde yaşanabileceklere Facebook uygulamamızla dikkat çekmeyi amaçlıyoruz. Takipçilerimize 'Zorunlu Misafirlik' deneyimleri yaşatarak depremden sonra misafirliğin sürdürülebilir ve uzun vadeli bir çözüm olmayacağını aktarıyoruz."

'ZORUNLU MİSAFİRLİĞİ DİJİTAL ORTAMDA DENEYİMLETİYORUZ'

Kamuoyu araştırmalarımızın sonuçlarından yola çıkarak iletişim stratejisinin zorunlu misafirlik konsepti etrafında oluşturulduğunu belirten İsmet Güngör, "Konseptimiz doğrultusunda depremin olası olumsuz etkilerini senaryo edecek misafirlik kavramı ile güvenli yaşam, sağlam binalar ve depreme hazır aileler olgusunu hatırlatmayı hedefliyoruz. Son uygulamamızla Facebook takipçilerimize zorunlu misafirliği dijital ortamda deneyimleme imkanı sunuyoruz. Böylece, depreme karşı hazırlıklı olmazlarsa neler yaşayabileceklerini anlatıyoruz. Bütün sigorta sektörü mensuplarını ve acenteleri uygulamamızı kullanmaya davet ediyoruz" dedi.

İsmet Güngör, zorunlu deprem sigortası ile depremin konutlara verebileceği hasara karşı hazırlıklı olunması gerektiğini de vurguladı ve sözlerini şöyle tamamladı: "Zorunlu deprem sigortasıyla konut sahipleri depremden sonra maddi hasarlarını tazmin edip yeniden bir düzen kurabilir ve uzun süreli zorunlu misafirlikten kurtulabilirler."



DASK, Facebook takipçilerine zorunlu misafir deneyimleri yaşatarak, depremden sonra misafirliğin sürdürülebilir ve uzun vadeli bir çözüm olamayacağını aktarıyor.

DASK, "Zorunlu Misafirlik" serisi kapsamında daha önce "Bir Oda da Benden", "Misafirliğe Geldim" uygulamalarını hayata geçirmişti. Serinin son uygulaması "Zorunlu Misafir" ise 14 Nisan'a kadar devam edecek. Uygulamayı kullananlar DASK Deprem Çantası kazanma fırsatı yakalayacak.

DASK, zorunlu deprem sigortasındaki başarısıyla dünyada ilgi odağı oldu

Depremlerin konutlarda neden olabileceği maddi zararları sigortacılık ilkeleri çerçevesinde teminat altına almak için 1999 Marmara depreminden sonra kurulan Doğal Afet Sigortaları Kurumu (DASK), zorunlu deprem sigortasıyla ilgili yenilikçi uygulamaları ve sağladığı başarılarıyla tüm dünyada örnek alınıyor. DASK, bugüne kadar aralarında Yunanistan, İtalya, Filipinler, Çin, İran, Güney Kore, Meksika, Makedonya, Arnavutluk, Endonezya, Romanya, Pakistan, Kuveyt, Yemen, Azerbaycan, Özbekistan ve Kazakistan'ın bulunduğu ülkelere zorunlu deprem sigortasını anlattı. Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar da afet sigortalarının geliştirilmesinde Türkiye'yi en iyi uygulama örnekleri arasında gösteriyor ve özellikle gelişmekte olan ülkelere bu deneyimden yararlanmalarını öneriyor.


Selamet Yazıcı

Kurumun uluslararası bilinirliğini ve itibarını değerlendiren DASK Yönetim Kurulu Başkanı Selamet Yazıcı şunları ifade etti: "DASK, afet sigortaları konusunda uluslararası alanda oldukça bilinen ve ilgi ile takip edilen bir kurum. Afet hasarlarının son 30 yılda tüm dünyada önemli bir artış gösterdiği düşünüldüğünde, başarılı bir uygulamaya ilgi duyulmasını olağan karşılamak gerekir. Doğal afetlerin yıkıcı etkilerine maruz kalan bazı ülkeler, kendi sistemlerini geliştirmek için zorunlu deprem sigortasındaki deneyimlerimizden yararlanmak istiyor. Biz de tecrübelerimizi severek paylaşıyoruz. DASK özellikle, afet zararlarının finansmanındaki rolü, sigortacılığın göreceli olarak çok gelişmemiş olduğu bir piyasada sigortalılık oranlarındaki başarısı, düşük fiyatlarla sigorta teminatı sunabilmesi, reasüransı ve afet bonosunu da içeren yüksek hasar ödeme kapasitesi ve kamu-özel sektör işbirliğini içeren başarılı iş modeli ile dikkat çekiyor. Bu ilgi hem ülkemiz hem de kurumumuz açısından son derece gurur verici."

DASK, LONDRA'DAKİ ZİRVEDE TÜRKİYE'Yİ TEMSİL ETTİ

DASK, son olarak The Economist dergisinin düzenlediği Sigorta Zirvesi 2014'e davet edildi. Dünyanın en önemli sigorta merkezlerinden biri olan Londra'da yapılan ve sigortacılık sektöründen 200'e yakın yönetici ve profesyonelin katıldığı toplantıda, DASK Yönetim Kurulu Başkanı Selamet Yazıcı, zorunlu deprem sigortası uygulamasını örnek vaka olarak anlattı. Yazıcı konuşmasında, zorunlu deprem sigortası örneği üzerinden, geniş kitlelere uygun fiyatlı afet sigortası sunmanın zorluklarına ve başarı için gerekli koşullara değindi, Türkiye'deki sigortalılık bilinci ve risk algısının artırılmasının önündeki bariyerleri ve bu bariyerlerin nasıl aşıldığına ilişkin tecrübelerini aktardı.

Afet zararlarının dışında, küresel değişimlere uyum sağlama, sigortacılığı gelecek için hazırlama, dijital tüketici ile iş yapma, yeni teknolojilerden yararlanarak sigorta tüketicisine ulaşma ve mikro sigorta gibi konuların da konuşulduğu zirvede, DASK'ın zorunlu deprem sigortasının yaygınlaştırılmasına ve sürdürülmesine ilişkin deneyimleri ilgi çekti.

Güney Asya Bölgesel İşbirliği Birliği'nin sekiz ülkeden yaklaşık 500 delegenin katılımı ile nisan ayında Pakistan'da düzenleyeceği sigorta konferansına da davet edilen DASK, bu toplantıda da tecrübelerini geniş bir katılımcı grubu ile paylaşma imkanı bulacak. Birliğin üyeleri arasında Pakistan, Hindistan, Bangladeş, Sri Lanka, Nepal, Bhutan, Afganistan ve Maldivler bulunuyor.

ING Emeklilik'in gözü 'dijital' liderlikte

ING Emeklilik, katılımcılarının emeklilik birikimleri ve hayat sigortası ürünleriyle ilgili bilgileri tek bir platform üzerinden görüntüleyebilme fırsatı sunan internet şubesini hayata geçirdi. Deniz Kalafat Uysal, dijital yenilikler alanında sektörün zirvesine çıkacaklarını söyledi.

ING Emeklilik, hayata geçirdiği yeniliklerle dijital dünyanın nabzını tutuyor. ING Emeklilik'in mevcut ve potansiyel müşterileri için geliştirdiği projelerde müşteri öneri ve ihtiyaçlarını ön planda tuttuğunu belirten ING Emeklilik Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Deniz Kalafat Uysal, "Müşteriye sunulan dijital yenilikler açısından sektörün zirvesine çıkmayı hedefliyoruz" dedi.

Geçtiğimiz günlerde Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevine terfi eden Deniz Kalafat Uysal, "Dijital dünyada fark yaratmak adına ziyaretçilerimizin ve takipçilerimizin güvenini kazanmak bizim için çok önemli. Bunun için profesyonel kadromuzla kaliteli hizmet sunarak onların yönlendirme ve ihtiyaçları doğrultusunda hareket ediyoruz" diye konuştu.

WEB SİTESİ DİNAMİK BİR YAPIYLA YENİLENDİ

ING Emeklilik'in aralık ayında yenilenen web sitesinde, müşterilerin bilgi ihtiyaçları artık çok daha kolay ve hızlı bir şekilde karşılanabiliyor. Siteye yeni eklenen Birikim Hesaplama adımında yaş, aylık katkı payı ve varsa başlangıç kapitalini giren kullanıcılar, dönem sonlarında sahip olacakları muhtemel birikim tutarlarını hesaplayabiliyorlar. Potansiyel müşteriler ise online başvuru formunu doldurarak, satın almak istedikleri ürünü seçip ön başvuru yapabiliyorlar. Daha sonra kendilerine ulaşılarak işlemleri tamamlanıyor.

KULLANICI DOSTU

Uysal, Mart 2014 itibarıyla büyük bir yeniliğe imza attıklarını, mevcut ve potansiyel müşterileri için ING Emeklilik İnternet Şubesi'ni türünün en iyisi olacak şekilde, kullanıcı dostu ve son teknolojiye uygun bir yapıyla yenilediklerini ve müşterilerinin hizmetine sunduklarını söyledi. Uysal'ın verdiği bilgiye göre, ING Emeklilik İnternet Şubesi'ni yenileme çalışması kapsamında güncel teknolojiye uygun, kullanıcı alışkanlıklarını göz önünde bulunduran, kullanımı kolay bir platform oluşturulması hedeflendi. Bu doğrultuda menü yapısı ve genel tasarım değiştirildi. İşlem seti çeşitlendirilirken, kullanıcıyla iletişim artırıldı ve kişiselleştirme olanakları sağlandı. Kolay arama fonksiyonu eklenerek, kullanıcıların kolay ve hızlı bir biçimde aradıklarına ulaşması hedeflendi.



Mart 2014 itibarıyla büyük bir yeniliğe imza attıklarını ifade eden Deniz Kalafat Uysal, mevcut ve potansiyel müşterileri için ING Emeklilik İnternet Şubesi'ni sektörün en iyisi olacak şekilde, kullanıcı dostu ve son teknolojiye uygun bir yapıyla yenilediklerini belirtti.

'İNTERNET ŞUBEMİZDE İŞLEM YAPMAK ÇOK KOLAY'

Yenilenen İnternet Şubesi ile internet bağlantısının olduğu her yerden rahatlıkla ING Emeklilik'e erişim sağlanabildiğini dile getiren Uysal, "Katılımcılarımız yenilenen uygulamada, TC kimlik numaraları ve sisteme kayıtlı cep telefonlarına gelen anlık şifre ile internet şubemize kolayca giriş yapabiliyor, hem bireysel emeklilik sözleşmelerine hem de hayat sigortaları ve ferdi kaza poliçelerine tek noktadan ulaşabiliyor, yatırım detaylarını ve fon porttöylerini detaylı bir şekilde izleyebiliyor ve fon dağılımlarını kolayca değiştirebiliyorlar.

Müşterilerimiz self-servis hizmetlerimiz sayesinde, geçmiş ve gelecek dönem ödemelerini online olarak yapabiliyorlar ve kredi kartı bilgilerini kendileri güncelleyebiliyorlar" şeklinde konuştu.





İnternet şubesini yenileyen ING Emeklilik, kullanıcı alışkanlıklarını göz önünde bulundurup menü yapısı ve tasarımı değiştirerek, kullanımı kolay bir platform oluşturdu. İşlem seti çeşitlendirilirken, kullanıcıyla iletişim artırıldı, kişiselleştirme olanakları sağlandı. Kolay arama fonksiyonuyla, kullanıcıların hızlı bir biçimde amacına ulaşması hedeflendi.

ING EMEKLİLİK'TEN MOBİL UYGULAMA

ING Emeklilik'in çok yakında hayata geçecek olan diğer önemli bir dijital yeniliği ise müşterilerinin, diledikleri her an her yerden hesaplarına kolay ve hızlı bir şekilde ulaşabilmesini sağlayacak olan 'Mobil Uygulaması'. Uygulama sayesinde emeklilik ve hayat ürünlerine ait hesaplarına hızlı ve kolay bir şekilde girebilecek olan müşteriler, fonlara ait videoları izleyebilecek, hesaplama aracıyla birikim tahminlemesi yapabilecek ve bulundukları yere en yakın ING Emeklilik satış noktasının nerede olduğu bilgisine kolaylıkla erişebilecekler.

Eğitim Güvence Sigortası ile çocuğunuzun eğitimi yarım kalmasın!



Eğitim Güvence Sigortası ile çocuğunuzun geleceğini 1 yıldan 20 yıla istediğiniz vadelerde teminat altına alabilir, beklenmedik durumlar karşısında eğitiminin yarım kalmamasını sağlayabilirsiniz. Üstelik yalnızca bir defa ödeme yaparak!

GÜNEŞ SİGORTA
"Değerlerimizin Sigortası"

444 1957 /GunesSigorta @GunesSigorta www.gunessigorta.com.tr

Güneş acenteleri 'Güneş Puan' ile dünyayı keşfe çıkıyor

Acentelerine ait portföyleri kârlı ve dengeli bir hale getirebilecek ürünlerin satışına yardımcı olmak üzere özel olarak geliştirdiği kampanyaları sürdüren Güneş Sigorta, başlattığı yeni uygulaması "Güneş Puan" ile acentelerine dünyayı keşfetme fırsatı sunuyor.



Güneş Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Deniz Kanijali, Güneş Sigorta acentelerinin yurtdışı seyahati için puan biriktirebildikleri Güneş Puan uygulamasına büyük ilgi gösterdiklerini söyledi.

YIL boyunca sürecek uygulama kapsamında acenteler, her branş için belirlenen kriterler doğrultusunda Güneş Puan toplayabilecek ve bu puanları 3 farklı ülkeye gerçekleştirilecek yurtdışı seyahatlerinde kullanabilecek. Acenteler topladıkları puanlar doğrultusunda, gitmeyi arzuladıkları ülkeyi kendileri seçebilme imkanına sahip olacak.

HEM EK KOMİSYON HEM YURTDIŞI SEYAHATİ

Güneş Puan uygulamasının tüm yıla yayılan ek komisyon uygulama ve kampanyaları ile de desteklendiğini belirten Güneş Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Deniz Kanijali, "Kazan kazan prensibi ile çalıştığımız ve uzun vadeli iş ortaklarımız olarak gördüğümüz acentelerimize bu yıl ek komisyon ile yurtdışı seyahatini bir arada sunmayı hedefledik. Güneş Puan uygulamamızı da bu düşünceden hareket ile yapılandırdık. Acentelerimiz, kampanyalarımız ile ek komisyon kazanmayı sürdürürken, bir yandan da Güneş Puan ile yurtdışı seyahati için puan biriktirebilecek. Topladıkları Güneş Puanları farklı coğrafya ve ülkelere gerçekleştirilecek seyahatlerden dilediklerinde kullanabilecekler" dedi.



Uygulamanın başladığı günden bu yana son derece olumlu geri dönüşler aldıklarını ifade eden Kanijali, acentelerin puan hesaplamalarını önemsediğini ve süreci kendilerinin de yakından takip ettiklerini sözlerine ekledi.

KAZANDIRAN KAMPANYALARA DEVAM

Güneş Sigorta, acentelerinin kârlılıklarını destekleyecek kampanyalarını 2014 yılında da sürdürüyor. Güneş Sigorta, kampanyaları ile acentelerin kasko-trafik ağırlığından kurtularak, odaklarını, sektörde varlıklarını devam ettirmeleri ve gelişimlerini sürdürmeleri için son derece önemli olan temel ürünlere çevirmelerini hedefliyor. Güneş Puan uygulamasını destekleyen Kazandıran Konut, Kazandıran İşyeri ve Sağlıklı Günler kampanyaları da acentelere yıl boyunca kazandırmaya devam edecek.

Çerkes sanatçıların eserleri Güneş Sigorta Sanat Galerisi'nde

Güneş Sigorta Sanat Galerisi, 2014 yılının ilk sergisinde, Kafkasya Adigey Cumhuriyeti sanatçılarının eserlerini sanatseverlerle buluşturuyor. Açılışı 10 Mart Pazartesi günü gerçekleştirilen, karma resim ve oyma işlerinden oluşan Adigey Çerkes Sanatçılar Sergisi'nde Kafkasya'nın derin mitolojik dünyasına yönelik temalar ele alınıyor.

Sergi açılışında bir konuşma yapan ve bugüne kadar birçok önemli sanatçının eserlerini Güneş Sigorta Sanat Galerisi'nde sanatseverlerle buluşturduklarını belirten Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin, "2014 yılının ilk sergisinde Adigey Cumhuriyeti sanatçılarını ağırlamaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Hedefimiz olabildiğince çok sergi gerçekleştirmek ve halkımıza bu sergileri ücretsiz ziyaret edebilme fırsatı sunmak" dedi.

Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin'e bir teşekkür plaketi takdim eden Adigey Cumhuriyeti Ressamlar Derneği Başkanı Ramazan Huvajev ise yedi sanatçının eserlerinden oluşan serginin İstanbullu sanatseverlerle buluşmasından mutluluk duyduklarını belirtti.

Abdullah Bersirov, Aslan Kuanov, Feliks Petuvaş, Kat Teuçej, Nurbiy Lovpaçe, Ramazan Huajev ve Sultan Umarov'un katılımı ile gerçekleştirilen sergi, 10 Nisan Perşembe gününe kadar, pazar hariç her gün 10.00 - 18.00 saatleri arasında ziyarete açık olacak.



Adigey Cumhuriyeti Ressamlar Derneği Başkanı Ramazan Huvajev (sağda), Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin'e plaket verdi.



WWF®

Güneş Sigorta'dan güvenli gelecek için Earth Hour'a destek

Güneş Sigorta, küresel ısınmaya dikkat çekmek amacı ile başlatılan Earth Hour'a destek verdi. "Kendi elektriğini kendin üret" anlayışı ile 5 yıldır "Güneş Enerjisi Santrali"ne sahip olan ve bu süre içinde 38.000 kWh enerji tasarrufunda bulunarak, 30 ton karbondioksit emisyonunu engelleyen Güneş Sigorta, 29 Mart Cumartesi günü 20.30-21.30 saatleri arasında gerçekleştirilen uygulama için Genel Müdürlük binasında güvenlik için gerekli olanlar hariç tüm aydınlatmalarını kapattı.
WWF'nin (Doğal Hayatı Koruma Vakfı) enerji tasarrufu hareketi, global iklim değişikliğinde olumlu etki yaratması açısından büyük önem taşıyor. Her sektörden katılım olan "Earth Hour" eyleminde birçok yapıda ışıklar kapatılıyor.

Türkiye üretenlerin elleri üzerinde yükselecektir

Halk Sigorta Genel Müdürü Bülent Somuncu, Halk Sigorta şirketinin acenteleri ve banka şubeleri aracılığıyla 'üreten insanlar'ın, KOBİ'lerin her zaman yanında olduğunu ifade etti.



"**TÜRKİYE** 'üreten insanların' elleri üstünde yücelecektir" diyen Halk Sigorta Genel Müdürü Bülent Somuncu, şirket olarak üreten insanların yanında olduklarını vurguladı. 'Üreten insan'ın faaliyetlerinin garantisi olduklarını ifade eden Somuncu, Türkiye'nin geleceği olan küçük ve orta boy işletmelerin bütün sigorta ihtiyaçlarını geniş bir acente ve şube şebekesi ile karşıladıklarını belirtti. Somuncu sözlerine şu şekilde devam etti:

"Bütün acentelerimiz ve şube yetkililerimiz ülkemizin geleceği olan 'üreten insan'ın sigorta danışmanı olarak hayatını kolaylaştırmaktadır. Sigorta her türlü ekonomik faaliyetin güven içinde yürütülmesi için olmazsa olmaz bir güvencedir. 'Üreten insanlar'ın sermayesi olan makinelerin, hammaddenin, binaların ve sorumlulukların teminatı Halk Sigorta'dır."

HALK SİGORTA HAYATIN HER ALANINDA GÜVENCE SUNUYOR

Halk Sigorta olarak yalnızca iş ile ilgili konularda değil, hayatın her alanında KOBİ'lerin yanında bulunduklarını belirten Bülent Somuncu, Halk Sigorta'nın, üreten insanların tam bir günde yaptıkları bütün faaliyetlerinin güvencesi olduğunu söyledi. Somuncu iş yaşamı dışında sundukları güvenceleri şu şekilde anlattı:

"Üreten adam'ın güvencesi evdeki huzurla başlar. Halk Sigorta üreten adamın evindeki huzurun teminatıdır. Evindeki her türlü tehlike Halk Sigorta sayesinde bertaraf olur. Yıldırımdan yangına, cam kırılmasından infilaka kadar bütün rizikolar 'üreten adam' için Halk Sigorta tarafından üstlenilir. 'Üreten adam'ın komşuları da Halk Sigorta komşu sorumluluk sigortası ile rahat ederler.

"Üreten adam, evden sağ ayağıyla çıkar. İşleri rast gider. Çünkü Halk Sigorta KOBİ Acil Destek Sigortası cebindedir" diyen Bülent Somuncu, Halk Sigorta olarak KOBİ'lere verdikleri desteği şu sözlerle ifade etti:

"Üreten adam, arabasını çalıştırdığı andan itibaren Halk Sigorta'nın hakkını ve hakkı koruyan sigortalarının güvencesi işler. 'Üreten adam' işyerinde pek bir güvendedir. Hammaddeler Halk Sigorta nakliyat sigorta poliçesi ile salimen üretim alanına gelir. 'Üreten adam'ın uzun süreli kiralama metoduyla Halk Bankası'ndan aldığı makineler Halk Sigorta'nın bütün rizikolara karşı sigorta poliçesiyle uyum içinde çalışır. 'Üreten adam'ın en büyük destekçisi Halk Bankası'ndan aldığı işletme finans destekleri de Halk Sigorta'nın kötü gün dostu sigortalarının güvencesindedir. 'Üreten adam' işyerindeki yangın dahil diğer tüm rizikolara karşı da Halk Sigorta kalkanını kuşanmıştır. Daha bir gün bitmedi. Halk Sigorta'nın güvenceleri yirmi dört saati ve bütün hayatımızı kapsar. 'Üreten adam' Halk Sigorta'nın hayat yollarındaki taşları temizlemesi ile Türkiye'nin parlak geleceğine doğru emin adımlarla yürümektedir."



www.aegon.com.tr



Teknolojiyi tüm işlerinde verimli şekilde kullanan Aegon Emeklilik ve Hayat, yeni portalı 'babonline sigorta portalı' ile acentelerine hızlı ve kolay çözümler sunmaya devam ediyor. Aegon acenteleri babonline ile teklif ve poliçe işlemlerini çok daha hızlı sonuçlandırıyor ve Aegon'un paylaştığı bilgilere kolaylıkla erişebiliyor.

Aegon'dan acentelerine özel teknoloji yatırımı

AEGON Türkiye, bilgi teknolojileri konusunda ihtiyaç duyulan çözümleri tek bir portal üzerinde toplayan Neosinerji Bilgi Teknolojileri şirketi ile işbirliği yaparak teknolojik altyapısını daha da güçlendirdi. Aegon acenteleri, babonline portalını kullanarak, Aegon ürünlerine ilişkin tekliflerini online ortamda hazırlayabiliyor ve tahsilatlarını yapabiliyor. Bu tekliflere ilişkin takip ve raporlamalarını da kolaylıkla yapabiliyor.

Acenteler, Aegon Emeklilik ve Hayat'ın web sitesinden kolaylıkla erişebildiği babonline sigorta portalından teklif oluşturmanın yanı sıra, şirketin güncel risk kabul şartlarına, hastane listelerine, tıbbi tetkik limitlerine, şirket ve ürünlerle ilgili tanıtım videolarına da kolaylıkla ulaşabiliyor. Acenteler teklif, poliçe ve tahsilat işlemlerinin tamamını internet üzerinden online ve gerçek zamanlı olarak her türlü akıllı cihaz (iPad, iPhone, Android işletim sistemli tablet ve akıllı telefonlar) üzerinden her yerde ve her zaman yapabiliyor. Aegon acenteleri ayrıca, müşteri temsilcisi performans ölçümü, müşteri skor kart takibi, doküman sistemi gibi işlemleri de dünyanın her yerinden babonline portalı üzerinden yürütebiliyor ve takip edebiliyor. Aegon acenteleri, babonline tarafından hazırlanan ve en son teknoloji olan Bulut Bilişim Teknolojisi (Cloude Computing) sayesinde tüm verilerine her yerden, hızlı ve güvenilir bir şekilde ulaşma imkanına da kavuşmuş oldular.

'ACENTELERİMİZ TÜM BİLGİLERE KOLAYCA ULAŞACAK'

Konuyla ilgili görüş bildiren Aegon Emeklilik ve Hayat Genel Müdür Yardımcısı Özge Büyükuğurlu, "Bu portal ile kargo, faks, telefon masrafları gibi birçok etken ortadan kalkacak. Yüzde 100'lük online yapı sayesinde operasyon maliyetlerimiz düşürülerek kârlılığımız ve üretimimiz artacak" dedi. Büyükuğurlu, alternatifli teklif - poliçe düzenleme sürecinin sadece iki dakika içinde tamamlanacağını da ifade ederek sözlerini şu şekilde tamamladı: "Aegon Emeklilik ve Hayat olarak, Neosinerji Bilgi Teknolojileri ile yürüttüğümüz ortak çalışmadan çok memnunuz. Acentelerimiz hızlı, kolay, kesintisiz ve anlık olarak bizden rapor ve teklif alabilecek. Bilişim teknolojilerindeki yenilikler yoluyla, acentelerimizin başarısına katkıda bulunuyoruz. Herhangi bir donanım alma, barındırma, bakım, yazılım masrafı olmaksızın, portala internet üzerinden kolayca erişim sağlanması sebebiyle Aegon acenteleri dünyanın her yerinden tüm bilgilere çok rahat ulaşıyor olacaklar. Ayrıca bu sistemle, Aegon'un marka değerinin daha da artacağına inanıyorum."

Öte yandan Neosinerji Genel Müdürü Mehmet Üst ise, "Aegon Emeklilik ve Hayat'ın, Türkiye'deki tüm acentelerini Neosinerji'nin Microsoft Azur platformunda gerçekleştirdiği babonline sigorta portalına taşımasıyla, Aegon'un çağdaş teknolojik alt yapısının daha da güçlenmesine katkıda bulunduk. Bir taraftan Aegon Emeklilik ve Hayat'ın üretiminin artışına katkı sağlarken, diğer taraftan teklif ve poliçe süreçlerinin kısalmasına yardımcı olduk. Biz de Aegon gibi uluslararası bir firma ile elimizdeki know-how'u paylaştığımız ve Aegon acentelerinin gelişimine katkıda bulunabildiğimiz için çok mutluyuz" şeklinde konuştu.



Acenteler, Aegon Emeklilik ve Hayat'ın web sitesinden kolaylıkla erişebildiği babonline sigorta portalından hem teklif oluşturabiliyor hem de şirket ve ürünlerle ilgili bilgilere pratik bir şekilde ulaşabiliyor.







Aegon Emeklilik ve Hayat'ın Mart 2014 döneminde emeklilik hakkı kazanan katılımcı sayısı 33 olarak kaydedildi.

Artık çalışanlar da 'AIG Akademi'li

2012'den bu yana acente ve brokerlere eğitim veren AIG Akademi, AIG Sigorta çalışanlarına da eğitim vermeye başladı. Genel Müdür Süleyman Sağıroğlu, şirketin performansı ve başarısının arkasındaki gücün çalışanlar olduğunu söyledi.

İSTANBUL Bilgi Üniversitesi işbirliği ile geliştirilen ve Kasım 2012'den bu yana AIG Sigorta'nın acente ve broker kanalına yönelik devam eden AIG Akademi Projesi ile Türkiye, AIG organizasyonunda örnek ülke olarak kabul edilerek tüm dünyada uygulamaya geçilmesine karar verildi. Son olarak şubat ayında yapılan bir iç iletişim / lansman etkinliğiyle AIG Akademi'nin yeni modülü devreye alındı ve şirket çalışanları da eğitim çalışmalarından faydalanmaya başladı.

ÇALIŞANLAR İÇİN AIG AKADEMİ

Sektörün ve piyasanın tanınan eğitmenleri ile gerçekleştirilecek AIG Akademi programı, teknik bilgiler dışında uygulama ve pratiğe de yönelik olarak geliştirildi. 16 Şubat 2014 tarihinde başlayan eğitimler İstanbul Bilgi Üniversitesi Santral Kampüsü'nde hafta sonları gerçekleştiriliyor. Eğitimler Genel Müdürlük çalışanları ile birlikte Bölge Müdürlüğü çalışanlarına da açık olacak.

AIG Akademi'de çalışanlar 6 ana konuda eğitim alıyorlar: • Planlama ve organizasyon yönetimi • Müşteri ilişkileri yönetimi • Zaman yönetimi • Stres yönetimi • Sunum becerileri • Kazanan takım oluşturmak ve yönetmek.

Eğitimler sonrasında AIG Türkiye çalışanlarının AIG kültürüne uygun olarak paylaşımcı, açık, bağlantılı, fark yaratan, girişimci, müşteri odaklı ve tempolu çalışanlar olmaları hedefleniyor.

ACENTE VE BROKERLER İÇİN AIG AKADEMİ

AIG Akademi, İstanbul Bilgi Üniversitesi işbirliği ile AIG Sigorta acentelerine ve brokerlerine sektörel ve davranış bilimleri eğitimleri sunan ücretsiz bir organizasyon olarak kurgulandı. Davranış bilimleri eğitimleri İstanbul Bilgi Üniversitesi tarafından, ürün eğitimleri ise AIG teknik ekibi tarafından veriliyor. Eğitimler İstanbul Bilgi Üniversitesi'nin ana yerleşkesi Santral Kampüsü'nde gerçekleştiriliyor.

5 yıl sürecek projede eğitimler 6 ana başlıkta toplanıyor: Değişim ve Liderlik, İletişim ve Hizmette Etkinlik, Satışta Başarının Adımları, Planlama - Organizasyon - Zaman Yönetimi, Para ve Sermaye Piyasaları, AIG Ürün Eğitimleri.

İstanbul Bilgi Üniversitesi Uygulamalı Sigortacılık Eğitim Programları'nın akademik sektör tecrübesi ve AIG'nin Uluslararası Risk tecrübesinin birleştirildiği projede eğitimler Acente Sahipleri, Acente Yöneticileri, Teknik Personel ve Acentenin Doğrudan Satış Ekipleri olmak üzere 4 ana grupta veriliyor.

BİNE YAKIN İŞ ORTAĞI EĞİTİMLERE KATILDI

AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu AIG Akademi ile ilgili şu bilgileri verdi: "AIG Akademi, acentelerimize yönelik sürekli eğitim verilebilecek bir sistem olarak Kasım 2012'de kuruldu. 2013 sonu itibarıyla Türkiye genelinde 150'nin üzerindeki acentemizden 700'ün üzerinde yetkili bu eğitimlere katılım sağladı. Acentelerimize yönelik 45 ayrı konuda verilen eğitim seminerleri, teknik ürün bilgisinden yeni TTK'ya, satış tekniklerinden zaman yönetimine kadar geniş bir yelpazede devam ediyor. Akademi ile ilgili acentelerimizden aldığımız olumlu geri dönüşler ve iş hacminde yakaladığımız önemli artış, AIG Akademi'nin acentelerimizle kurguladığımız iş ortaklığı felsefesinin iyi bir uygulaması olduğunu bize gösteriyor."

Sağıroğlu şöyle devam etti: "AIG Akademi eğitimleri aynı zamanda brokerlerimiz için de veriliyor. Bugüne kadar 4 ayrı eğitim organizasyonu brokerlerimiz için düzenlendi. Bu eğitimler de ürün teknik bilgileri, sıkça sorulan sorular, AIG'nin sunduğu farklılıklar ve satış teknikleri üzerinde odaklanıyor. Bugüne kadar brokerlerimiz özelinde düzenlenen eğitimlerimize 40'ın üzerinde brokerimizden 250'ye yakın yetkili katıldı."

'BAŞARININ SIRRI AIG ÇALIŞANLARI'

AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu her fırsatta şirketin gösterdiği büyüme performansı ve başarının arkasındaki gücün çalışanlar olduğunu ifade ediyor. AIG Sigorta'da gerçekleştirilen iç iletişim ve çalışan bağlılığını artırıcı çalışmaları değerlendiren Süleyman Sağıroğlu, "Büyüyen bir organizasyonda iletişimi ve motivasyonu sağlamak için çalışanlarımızı karar alma sürecinin her aşamasına dahil ediyoruz. Yarattığımız çalışma ortamı da çalışanlarımızın kendilerini en iyi ifade etmelerini sağlayacak şekilde organize ediliyor" dedi.

Genel Müdür Süleyman Sağıroğlu, AIG'nin şirket değerlerini dört ana başlıkta toplayarak şunları söyledi:

"ÇALIŞANLARIMIZ – AIG'de biz, kişilerin formasyonunu, eğitim düzeylerini ve tecrübelerini gözeterek, kendilerini en iyi ifade edebilecekleri bir çalışma ortamı yaratmaya çalışırız. Amacımız, gerek AIG'de, gerekse dışarıda 'değer yaratacak' bireyler ile çalışmak ve onların motivasyonunu her zaman yüksek tutmaktır.

MÜŞTERİ ODAKLILIK – AIG'de biz, müşterilerimiz için 'çözüm ortağı' olacak çalışma prensiplerimizi işimize de yansıtırız. Tüm çalışanlarımız müşterilerine karşı sorumluluklarını bilir, AIG'nin gücünü, vizyonunu, müşterileri ve iş paydaşları ile ilişkilerine yansıtırlar.

PERFORMANS – AIG'de biz, etik kurallar çerçevesinde, sonuç odaklı çalışmalar gerçekleştirir, projelerimizi tüm boyutları ile sahiplenerek sonuç getirecek şekilde çalışırız.

SAYGI – AIG'de biz, başarıyı bir takım oyunu olarak görürüz. Takım oyunumuzun temelinde de birbirimize, görev tanımlarımıza, formasyon ve tecrübemize saygı duymak yatar. Global vizyon ve hedeflere bağlı oluşturulmuş ve lokalize edilmiş iş planlarını tüm departmanlar ve çalışanlar olarak, tam koordinasyon içerisinde gerçekleştirir, saygı çerçevesinde paylaşımda bulunuruz."







Bilgi Üniversitesi Santral Kampüsü'nde bir araya gelen AIG Sigorta çalışanları iç lansman toplantısında keyifli zaman geçirdiler.



AIG Sigorta'nın iş ortağı ulusal brokerler 22 Şubat 2014 tarihinde AIG Akademi'de bir araya gelerek Finansal Sigortalar üzerine eğitim seminerine katıldılar. Eğitim semineri AIG Sigorta Ulusal Brokerler Müdürü Sadık Kelleoğlu ve Finansal Sigortalar Ürün Müdürü Demet Öztürkcan liderliğinde verildi.

Groupama "Yenilenebilir Enerji" sertifikası alan ilk şirket oldu

Groupama Türkiye, elektrik tüketimini karşılamak üzere yenilenebilir enerjisini Demirören-Axpo'dan tedarik ediyor. Groupama, Demirören-Axpo ile yaptığı anlaşma kapsamında Avrupa enerji standartlarına uygun olan, üretim lokasyonundan tüketim lokasyonuna transfer sağlayan "Yenilenebilir Enerji Kaynağı Garantisi" (Guarantee of Origin veya GoO) sertifikasına sahip oldu. Groupama Türkiye, böylelikle bir ilke daha imza attı. Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan Groupama Genel Müdürü Ramazan Ülger, "Demirören-Axpo ile yaptığımız anlaşma sayesinde 'Yenilenebilir Enerji Kaynağı Garantisi' (GoO) sertifikasına sahip ilk şirket olmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Yenilenebilir enerji kaynaklarından enerji tedarikinin bu alanda çevreci üretimi teşvik edeceğini ve diğer şirketlere örnek olacağımızı düşünüyoruz" diyerek düşüncelerini belirtti.

'Muhsin Bey', Groupama'nın desteğiyle yeniden canlanıyor

Groupama, Türkiye'nin en büyük sinema etkinliği olan İstanbul Film Festivali kapsamında bu yıl yedinci kez hayata geçireceği "Türk Klasikleri Yeniden" projesi için, "Muhsin Bey" filmini 27 yıl aradan sonra pırıl pırıl görüntüsüyle tekrar izleyiciyle buluşturacak.

GROUPAMA yedi yıl önce yaklaşık 150 bine ulaşan takipçisiyle Türkiye'nin en büyük sinema etkinliği olan İstanbul Film Festivali işbirliği ile başladığı "Türk Klasikleri Yeniden" projesi kapsamında, klasikleşen filmlerimizi restore ederek, Türk sinemasına sahip çıkıyor. Bu yıl ise Yavuz Turgul'un yazıp yönettiği 1987 yapımı "Muhsin Bey" filmini seçen Groupama, Türk sinemasının 100'üncü yılında sinemaseverlere eşsiz bir armağan sunuyor.

Ülkemizin sinema alanındaki ilk bilim-sanat-kültür kurumu olan Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Prof. Sami Şekeroğlu Sinema-Televizyon Merkezi işbirliğiyle restore edilen "Muhsin Bey", bu yıl 33'üncüsü düzenlenecek olan İstanbul Film Festivali'nde 27 yıl aradan sonra izleyiciyle tekrar buluşacak. Konuyla ilgili görüş bildiren Groupama Genel Müdürü Ramazan Ülger, "Türk sinemasının 100'üncü yılını kutladığımız bu önemli yılda herkes tarafından sevilen 'Muhsin Bey' filmini restore ederek Türk sinemasına tekrar kazandıracağımız için çok mutluyuz. Groupama olarak bu yıl yedincisini gerçekleştireceğimiz 'Türk Klasikleri Yeniden' projemizle milli kültür mirasımızın korunmasına önümüzdeki yıllarda da destek vereceğiz" dedi.

EN İYİ FİLM VE EN İYİ SENARYO ÖDÜLLÜ MUHSİN BEY

Şener Şen, Uğur Yücel ve Sermin Hürmeriç gibi usta isimlerden oluşan oyuncu kadrosuyla Türk sinema tarihinin en başarılı filmlerinden biri olarak gösterilen "Muhsin Bey", 1987 yılında katıldığı 27'nci Antalya Film Şenliği'nde "En İyi Film" ve "En İyi Senaryo" ödülünü almıştı.

1988 yılında gerçekleşen İstanbul Film Festivali'nde de "Jüri Özel Ödülü"ne layık görülen 'Muhsin Bey', Şener Şen'e "En İyi Erkek Oyuncu", Uğur Yücel'e de "En İyi Yardımcı Erkek Oyuncu" ödülü kazandırdı. Görüntü yönetmenliğini Aytekin Çakmakçı'nın üstlendiği "Muhsin Bey"in özgün müzikleri ise Atilla Özdemiroğlu'na ait.

Kültür mirasımıza sahip çıkan ve bugüne kadar Türk sinemasının unutulmaz 6 filmini restore eden Groupama, bu yıl Yavuz Turgul'un yazıp yönettiği 1987 yapımı "Muhsin Bey" filmini sinemaseverlerle buluşturuyor.

2008 yılından beri "Türk Klasikleri Yeniden" projesi kapsamında Türk sinemasının tarihe adını yazdırmış filmlerini restore eden Groupama, sanata verdiği desteği bu yıl 'Muhsin Bey' filmini restore ederek sürdürüyor. Bu kapsamda, 2008 yılında Erden Kıral'ın "Bereketli Topraklar Üzerinde" (1979) filmiyle "Türk Klasikleri Yeniden" projesine başlayan Groupama, 2009 yılında Ömer Lütfi Akad'ın "Vurun Kahpeye" (1949), 2010 yılında Atıf Yılmaz'ın "Selvi Boylum Al Yazmalım" (1978), 2011 yılında Memduh Ün'ün Üç Arkadaş (1958), 2012 yılında Halit Refiğ'in "Gurbet Kuşları" (1964) ve 2013 yılında Lütfi Ö. Akad'ın "Vesikalı Yarim" (1968) filminin restorasyonlarını üstlenmişti.



Sosyal sorumluluk projeleri ile adından sıkça söz ettiren HDI Sigorta, yine bir ilke imza attı ve WWF (Doğal Hayatı Koruma Vakfı) tarafından verilen "Yeşil Ofis Belgesi"ni almaya hak kazanan ilk sigorta şirketi oldu.



Sektörde ilk Yeşil Ofis Belgesi HDI Sigorta'nın

WWF ile Nisan 2013'te sözleşme imzalayan HDI Sigorta yoğun bir altyapı çalışması ile geçirdiği haziran ayı sonunda programa dahil oldu. Elektrik ve su tüketimini azaltmayı, ayrıca çalışanlarını bilinçlendirmeyi hedefleyen şirket yetkilileri WWF tarafından verilen 1 senelik süre bitmeden, henüz 7'nci ayda hedeflerini gerçekleştirdi ve Yeşil Ofis Belgesi'ni almaya hak kazandı. Şirket içi gönüllü katılımlarla ve ağaç dikimi gibi etkinliklerle desteklenen proje kapsamında HDI Sigorta'nın 7 ayda yapmış olduğu elektrik tasarrufu 4 kişilik ailenin "41" yıllık elektrik tüketimine denk gelmekte.

HDI Sigorta çalışanları, sektörde bir ilk olma başarısını HDI Sigorta Genel Müdürlük binasında düzenlenen "Yeşil Parti" ile kutladılar. Kutlamaya, WWF Genel Müdürü ve Mütevelli Heyeti Üyesi Engin Şenol, WWF Projeler Yönetmeni Arzu Balkuv ve WWF Kurumsal İlişkiler Yönetmeni Münevver Bayhan katıldı.

Tüm HDI Sigorta çalışanlarının yeşil bir aksesuar ile katıldığı törende limonata, yeşil elma, yeşil kurabiyeler gibi ikramlarda bulunuldu ve yemyeşil bir parti gerçekleşti. HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu, Yeşil Ofis Belgesi'ni WWF Genel Müdürü Engin Şenol'un elinden aldı ve tüm yeşil ofis ekibi ile birlikte pasta kesildi.



WWF Genel Müdürü ve Mütevelli Heyeti Üyesi Engin Şenol'un verdiği Yeşil Ofis Belgesi'ni HDI Sigorta şirket çalışanları adına HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu (sağda) aldı.







HDI Sigorta çalışanları, sektörde bir ilk olma başarısını HDI Sigorta Genel Müdürlük binasında düzenlenen "Yeşil Parti" ile kutladılar. Kutlamaya, WWF Genel Müdürü ve Mütevelli Heyeti Üyesi Engin Şenol, WWF Projeler Yönetmeni Arzu Balkuv ve WWF Kurumsal İlişkiler Yönetmeni Münevver Bayhan katıldı.

HDI Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Tevfik Somer:

Bu projeye çok inandık ve başardık

HDI Sigorta ve WWF (Doğal Hayatı Koruma Vakfı) arasında gerçekleştirilen çalışma sonucunda Yeşil Ofis Belgesi almaya hak kazanan HDI Sigorta'nın Genel Müdür Yardımcısı Tevfik Somer, bu proje için bütün şirket çalışanları olarak ellerinden gelen gayreti gösterdiklerini ifade etti.

2013'te projeye start verdikleri andan itibaren büyük çaba harcadıklarını belirten Tevfik Somer, WWF'nin ofis içinde gereken çevreci değişiklikleri yapabilmeleri için kendilerine verilen bir yıllık süre dolmadan, henüz yedinci ayda hedeflerini gerçekleştirdiklerinin altını çizdi.



Somer, HDI Sigorta olarak pek çok sosyal sorumluluk projesinin içinde yer aldıklarını, Yeşil Ofis gibi özellikle öncülük ettikleri sosyal projelerin kendilerini gururlandırdığını ifade etti. Sosyal sorumluluk projelerine her yıl yenilerini ekleyerek yollarına devam ettiklerini belirten Somer, sektördeki diğer şirketlerin de çevresel sorumluluklarını yerine getirmelerinin önemli olduğunu söyledi.

Ray Sigorta istikrarlı ve kârlı

Ray Sigorta bir önceki yıl bilançosunda yakaladığı sonuçları 2013'te daha da ileriye taşıyarak, yılı 354 milyon liralık prim üretimi ve 8.5 milyon liralık vergi öncesi kârla kapattı. Brüt primini yüzde 16.4 büyüten Ray Sigorta, aktif büyüklüğünü 381 milyon liraya yükseltti.


Levent Şişmanoğlu

RAY Sigorta 2013 yılında 354.3 milyon liralık prim üreterek vergi öncesi 8.5 milyon lira kâr elde etti. Ray Sigorta, sektörün son yıllarda en fazla zorlandığı teknik kârlılıkta ise, 2013 yılında kârını yüzde 17.9 artışla 38 milyon lira olarak gerçekleştirdi. Sigortalılar ve mağdur 3. şahıslara yıl boyunca 138.3 milyon lira hasar ödemesi yapan Ray Sigorta, hasar yaklaşımını her zaman "Zor anında hep yanında" ilkesi çerçevesinde gerçekleştirdi.

'ZORU BAŞARDIK'

Ray Sigorta'nın en önemli iş ortağı olan acenteleri ve çalışanlarıyla birlikte zoru başaran bir ekip olduğunu belirten Ray Sigorta Genel Müdürü Levent Şişmanoğlu, "Sigorta sektöründe zoru başaran bir ekip olarak 2013 yılında portföyümüzü yola ilk çıkarken belirlediğimiz ideal dağılımda gerçekleştirerek, motor dışında yüzde 58.5 oranla 207.1 milyon lira, motor branşında ise yüzde 41.5 oranla 147.1 milyon lira prim ürettik. Sigorta sektörünün son yıllarda çok büyük sınavlar verdiği teknik kârlılıkta ise, yüzde 17.9 artışla 38 milyon lira teknik kâra ulaştık. Acentelerimizin ve çalışanlarımızın özverili çalışmaları ve alınteri ile şekillenen bu finansal sonuçlar, büyük ailemizin geleceğine hep birlikte çok daha büyük bir güvenle bakmamızı sağlarken, bizleri daha büyük hedeflere ve başarılara ulaşma konusunda yüreklendirmeye devam ediyor" dedi.

Ray Sigorta'nın dağıtım kanallarıyla kazan-kazan ilkesiyle, aynı hedef doğrultusunda son 3 yılda çok önemli başarılara imza attığını belirten Şişmanoğlu sözlerini şöyle sürdürdü: "Son 3 yılda imza attıklarımız; bize daha iyisini yapabileceğimizin heyecanını ve inancını veriyor. 2014 yılında da her yıl bir öncekinden daha iddialı olan hedeflerimize doğru hızlı ve emin adımlarla ilerlemeye; vizyonumuzda belirttiğimiz gibi Türkiye'nin değer yaratan sigorta şirketi olmak için çalışmaya devam edeceğiz. Ray Sigorta için önümüzdeki dönem daha iyi hizmet ile daha çok müşteriye ulaşacağımız bir yıl olacak."

Ray Sigortalıların Rio serüveni

Ray Sigorta acenteleriyle eğlencenin başkenti Rio de Janeiro'da bir araya geldi. 1 Ekim 2013 ve 31 Aralık 2013 tarihleri arasında düzenlenen "Oi Rio"kampanyasında başarılı olan acenteleriyle Rio de Jeneiro'da bir araya gelen Ray Sigorta ailesi keyifli bir tatil geçirdi.





Ray Sigorta'nın düzenlediği kampanyada gösterdikleri yüksek performans ve elde ettikleri başarı sonucunda kampanya prim hedeflerini tutturan ve Rio de Jeneiro Gezisi'yle ödüllendirilen acenteler, eğlencenin başkenti Rio'da 5 gece 6 gün süren keyifli bir tatil yaşadılar.

Şehrin simgesi olan Corcovado tepesinde şehri kucaklayan dünyaca ünlü İsa Heykeli'ni ziyaret ederek Rio turuna başlayan Ray Sigorta acenteleri, Rio de Janeiro'nun nefes kesen manzarasında fotoğraf çektirdiler. Pek çok önemli futbol maçına ev sahipliği yapan dünyaca ünlü Maracana Stadyumu'nu, Rio Karnavalı'nın yapıldığı Sambodrom Caddesi'ni gören Ray Sigorta acenteleri, Brezilya'nın simgesi olan Samba gösterisi ve tropikal adalar tekne turu ile yorgunluk attılar.

'BÜYÜMEYE DEVAM'

Ray Sigorta'nın geleneksel hale getirdiği yurtdışı gezilerini sürdüreceğini belirten Ray Sigorta İcra Kurulu Üyesi ve Satış Direktörü Anıl Rasih Gülcen; "Ray Sigorta acentelerinin kampanya dönemindeki başarılarını taçlandırmak ve acentelerimizle birlikte önümüzdeki dönem için enerji toplamak üzere Rio de Janeiro'da bir araya geldik. Acentelerimizle kurduğumuz güçlü bağ ve verimli işbirliğiyle Ray Sigorta olarak her yıl bir önceki yıldan daha fazla olarak büyümeye devam ediyoruz" dedi.





"Oi Rio" kampanyasında başarılı olan acenteler Rio de Janeiro'da ödülün tadını çıkardı.

Tehlikeli hastalıklara karşı Türk Nippon Sigorta güvencesi

Türk Nippon Sigorta, tehlikeli hastalıklar sigortası Vitamin'i piyasaya sundu. Teknik ve Hasar Grup Müdürü Murat Dinç, Vitamin'in prim maliyetlerinin bu tür hastalıkları kapsam dışında bırakan sağlık sigortalarından çok daha uygun olduğuna dikkat çekti.



TÜRK Nippon Sigorta Teknik ve Hasar Grup Müdürü Murat Dinç, şirketin yeni tehlikeli hastalıklar sigortası ürünü Vitamin hakkında açıklamalarda bulundu. Bu ürünün riskin gerçekleştiği durumlarda sigortalının ihtiyaç duyabileceği finansal desteği sağlamayı amaçlayan ve maddi ihtiyaçları güvence altına alan bir sigorta hizmeti olduğunu söyleyen Dinç, prim maliyetlerinin bu tür hastalıkları kapsam dışında bırakan sağlık sigortalarına kıyasla çok daha uygun olduğuna dikkat çekti.

"18-59 yaşları arasındaysanız Tehlikeli Hastalıklar Sigortası yaptırabilir, poliçe süresi boyunca kendinizi ve sevdiklerinizi kritik hastalıklar ve isterseniz vefat riskine karşı güvence altına alabilirsiniz" diyen Dinç, ürünün diğer ürünlerden farklarınıysa şu şekilde anlattı: "Tehlikeli Hastalıklar Sigortası'nın en büyük farkı, riskin gerçekleşmesi durumunda, sigortalının poliçe kapsamındaki teminat tutarını en kısa sürede nakden alabilmesidir. Daha önceden söz konusu rahatsızlığın var olmaması şartıyla, ödenecek teminata ilişkin herhangi bir koşul aranmamaktadır. Tazminat tutarı istenildiği gibi kullanılabilir. Poliçe şartlarının oluşması durumunda en kısa sürede hasar ödemesi gerçekleştirilir."

'ARTIK SAĞLIK BRANŞINDA DAHA AKTİF OLACAĞIZ'

Hayat kimi zaman güzel sürprizlerle dolu olsa da bazen kötü sürprizlerin de çıkabildiğini ifade eden Dinç, "Yaşam şartları, stres gibi koşullar kişiyi birçok hastalıkla karşı karşıya bırakabiliyor ve ne yazık ki riskli hastalıkların kimin başına, ne zaman geleceği bilinemiyor. Bu nedenle, bu ürünle, istemesek de günümüzde giderek önemi artan rahatsızlıkların en azından maddi boyutlarına çare olabilmeyi hedeflemenin yanı sıra, sigortalılarımızı ve acentelerimizi ortak bir paydada biraraya getirmeyi de hedefliyoruz. Önümüzdeki dönem hedeflerimiz arasında, sağlık branşında daha aktif olmak söz konusu olduğundan bu teminatla atılan adımın bir başlangıç olabileceğini de düşünmekteyiz" diye konuştu.

Türk Nippon Sigorta olarak her ürün için işlevselliği hedeflediklerini kaydeden Murat Dinç, bu amaçlarının bu ürün için de geçerli olduğunu belirtti. "Ürünün, sigortalılarımızın en sıkıntılı anlarında yanlarında olabilmek için bir aracı olacağını düşünüyoruz. Sektörde uzun zamandır benzer ürünler olduğunu biliyoruz, ancak hem sigortalıların yeterince istekli olmadığını hem de şirketlerin bahse konu ürünün tanıtımında ısrarcı olmadıklarını düşünüyoruz" diyen Dinç, yurtdışı piyasalarda, benzer ürünlerin hatırı sayılır bir pazar büyüklüğü elde ettiği bilgisini verdi. Türkiye'de bunun gerçekleşemediğini aktaran Dinç, bu konuda detaylı çalışmayı hedeflediklerini dile getirdi.



Türk Nippon Sigorta'dan acentelere yeni kampanya

Türk Nippon Sigorta, Vitamin'in lansmanını yaparken, acenteleri için de bir kampanya başlatıyor. Bu kampanya kapsamında, belli satış adetlerine ulaşan acenteler çeşitli ödüller alacak.

Türk Nippon Sigorta Satış ve Pazarlama Grup Müdürü Yasemin Özel, şirket olarak ürün çeşitliliklerini artırırken müşteri beklentilerini karşılayabilecek ürünleri tercih ettiklerini söyledi. Yeni ürünlerin lansmanını yaparken acentelerine satışı keyifli kılacak kampanyalar yapmayı hedeflediklerine de değinen Özel, kampanyaların amacının, satış adetlerini artırırken acenteler ve bölgeler arasında da tatlı bir rekabet sağlamak olduğunu ifade etti.


Yasemin Özel

Hayatın bazen tatsız sürprizleri de beraberinde getirdiğine dikkat çeken Yasemin Özel, "İşte böyle bir anda sigortalımıza maddi olarak destek sağlayacak yeni ürünümüz Vitamin'in acentelerimiz tarafından da ilgi göreceğini düşünmekteyiz. Kampanyalarımızı tasarlarken ihtiyaç ve beklentileri karşılamaya çalışıyoruz. Nisan ayında başlayacak olan kampanyamızda hedeflenen satış adetlerine bağlı acentelerimize çeşitli ödüller vereceğiz" dedi.

Kampanyalarla satış adetlerini artırmayı hedeflemenin yanı sıra değişik ürünlerle sahanın nabzını da tuttuklarını söyleyen Özel, sözlerini şu şekilde tamamladı: "Verilen reflekse göre bir sonraki kampanyada izleyeceğimiz yol daha da netleşiyor. Kampanyanın üretim anlamında pozitif katkısının yanında, ürün çeşitliliğimizle hem sigortalı hem de acentelerimiz için farklılığımızı ortaya koyuyoruz."

TEHLİKELİ HASTALIKLARA 'VİTAMİN' İLE 10 BİN LİRA TEMİNAT

Türk Nippon Sigorta, yeni ürünü Vitamin ile sigortalılarını tehlikeli hastalıklara karşı güvence altına alıyor. Semptomların poliçe başlangıç tarihinden önce var olmaması koşuluyla, kritik hastalık teşhisi konulan sigortalıya 10 bin lira nakit ödeme yapılıyor. Hayatı tehdit eden, yaşam kalitesini düşüren rahatsızlıkların temel olarak alındığı ürün, şu durumlara karşı teminat sağlıyor:

Aort ameliyatı Aplastik anemi İyi huylu beyin tümörü Körlük Koma Koroner by-pass greftisi Kalp krizi Kalp kapakçığı ameliyatı Böbrek yetmezliği Hayatı tehdit eden kanser Duyma kaybı Uzuv kaybı Konuşma kaybı Majör organ nakli Motor nöron hastalığı Felç İnme

İttifak Holding çalışanlarına MetLife'tan grup emeklilik planı

MetLife Emeklilik ve Hayat, farklı sektörlerde bulunan yatırımları, ürettiği istihdamı ve yakaladığı istikrarlı gelişim ivmesiyle ülke ekonomisine önemli katkılarda bulunan İttifak Holding ile çalışanlarına yönelik grup emeklilik planı oluşturulması için protokol imzaladı.

METLIFE ve İttifak Holding arasında yapılan protokol ile oluşturulan işveren katkılı grup emeklilik planı kapsamında çalışanlar Bireysel Emeklilik Sistemi'ne katıldı. İttifak Holding genel merkezinde yapılan protokol törenine MetLife Emeklilik ve Hayat Genel Müdürü Deniz Yurtseven, DenizBank Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Aydoğdu ve İttifak Holding İcra Kurulu Başkanı Tahir Atila katıldı. DenizBank'ın desteğiyle, MetLife ve İttifak Holding arasında yapılan protokol ile oluşturulan grup emeklilik planı kapsamında, Holding tarafından her ay belirlenen katkı payı tutarı çalışanların bireysel emeklilik hesaplarına yatırılacak. Çalışanlar, işveren katkısının yanında kendileri de ödeme yapabilecek ve katkı payı tutarını yükseltebilecek. Esnek ödeme imkânlarının sağlandığı işveren katkılı grup emeklilik planı ile İttifak Holding çalışanları da MetLife üzerinden Bireysel Emeklilik Sistemi'ne dahil oldu. Yurtseven yaptığı açıklamada, "Aynı zamanda Borsa İstanbul'da da işlem gören İttifak Holding'le grup emeklilik planları kapsamında DenizBank'ın da desteği ile önemli bir işbirliğine imza attık. İttifak Holding grup emeklilik planı kapsamında Bireysel Emeklilik Sistemi'ne 3 binin üzerinde çalışan dahil edildi. Holding çalışanları kendi yatırdıkları katkı payı tutarının yüzde 25'i kadar da devlet katkısı alabilecekler. 2014'te, İttifak Holding gibi Türkiye ekonomisine önemli katkılar sağlayan kuruluşlarla yeni iş birliklerine gitmeyi planlıyoruz. İttifak Holding'e grup emeklilik planlarında MetLife'ı tercih ettikleri için teşekkür ediyoruz" dedi.

'METLIFE İLE ÇALIŞANLARIMIZI TASARRUFA YÖNLENDİRİYORUZ'

İttifak Holding İcra Kurulu Başkanı Tahir Atila ise konuyla ilgili yaptığı açıklamada şunları söyledi: "İttifak Holding olarak çalışanlarımızın geleceğini her zaman ön planda tutuyor ve onların geleceğine yatırım yapıyoruz. Bu yaklaşımla Türkiye'de önemli bir potansiyeli olan Bireysel Emeklilik Sistemi'ne MetLife ile adım atarak çalışanlarımızı tasarrufa yönlendiriyoruz. Attığımız bu adım, ücret paketi modelinin geliştirilmesi bakımından önemli bir adımdır ve İttifak olarak Anadolu'da bu konuya öncülük eden kurumların başında geliyoruz." Anlaşma kapsamında İttifak Holding ve çalışanlarının yatırdıkları primlerin, MetLife bünyesinde oluşturulan faizsiz fonlarda değerlendirileceğini belirten Atila, "MetLife Emeklilik ve Hayat'a gösterdikleri işbirliği için teşekkür ediyoruz" dedi.



Deniz Yurtseven, Tahir Atila ve Mehmet Aydoğdu protokol töreninde bir araya geldiler.

2014

Çocuğunuz Koruyucu Meleğim'e emanet...

MetLife

Gelecek için endişelenmeyin. MetLife'ın Koruyucu Meleğim Sigortası ile çocuklarınız her koşulda güvence altında.

KORUYUCU MELEĞİM

MetLife

MetLife, Inc. (NYSE: MET) kendisine bağlı ortaklıkları ve iştirakleri (MetLife) aracılığıyla sigorta, yıllık gelir sigortası ve çalışan yan hakları programları alanlarında hizmet veren öncü ve global bir şirkettir. MetLife, Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, Latin Amerika, Asya, Avrupa ve Ortadoğu'da pazar lideri konumundadır. Daha fazla bilgi için www.metlife.com.tr adresini ziyaret ediniz.

444 0 638 (MET)

Acenteler Generali Sigorta ile birlikte büyüyecek

"Yeni Jenerasyon Acente" başlığı altında acentelerine yönelik yeni yatırımlar yapan Generali, müşterilerinin acentelerine kolayca ulaşabileceği platform yaratmanın yanı sıra oto branşında satışı kolay ürünlerle de acentelerin poliçe üretimini artırmayı hedefliyor.



2014'te yeni projelerini hızla hayata geçiren Generali Sigorta adına Sigortacı'ya açıklamalarda bulunan Generali Sigorta Genel Müdürü Mine Ayhan, Yeni Jenerasyon Acente çalışmalarıyla ilgili özellikle acentelerin merak ettiği konulara açıklık getirdi. "Yeni Jenerasyon Acente" projesinin kapsamlı "Çoklu Dağıtım Kanalı" yapılanması içinde en önemli operasyonları olduğu belirten Mine Ayhan amaçlarının müşterilerin acentelerine kolaylıkla ulaşabilmesi olduğunu söyledi. Acentelere yönelik projeleri kapsamında acente başvurularının da geçtiğimiz senenin aynı dönemiyle kıyaslandığında ortalama yüzde 300 büyüdüğüne dikkat çeken Ayhan, amaçlarının bu yılın sonuna kadar Türkiye çapında acente sayısını 600'e çıkartmak olduğu belirtti.

Generali Sigorta, 2014 yılı ile birlikte acenteleri için yoğun bir çalışma içine girdi. Bu çalışmalar nelerdir, sizden dinleyebilir miyiz?

Öncelikle şunu belirtmemde fayda var; acentelerimizle ilgili çalışmalarımıza 2014'te başlamadık. 2012 ve 2013'te de acentelerimiz için pek çok önemli projeyi gerçekleştirdik. 2013 yılında 'Genersis' ismini verdiğimiz yeni bilgi işlem sistemi projesini hayata geçirdik. Yeni sistemimiz Genersis, kullanıcının poliçeyi kolaylıkla yazmasını sağlayan, parametrik bir yapı. Bizim rahatlıkla üzerinde değişiklik yapabildiğimiz, piyasanın değişen koşullarına çok çabuk adapte edebildiğimiz bir sistem. Sağlam bir altyapı olmadan şirketin sağlıklı bir şekilde büyümesi, daha fazla acente açılması, prim üretilmesi sağlanamıyordu. 2012'de de yine çok önemli bir adım atılmıştı. O da kasko tarifesiydi. Son derece inovatif bir tarifeyi hizmete sunduk. Yani 2012 yılında kasko tarifesi, 2013 yılında Genersis sistemi ve 2014 yılında da acentelerimiz ile sigortalıları buluşturan çeşitli yatırımlar gerçekleştirdik. Yatırımlarımız, yoğun reklam kampanyamız ve yepyeni ürünlerimizle birlikte devam ediyor. Tüm çalışmalarımızı 'Yeni Jenerasyon Acente' adı altında topladık.

'Yeni Jenerasyon Acente' çalışması kapsamında acentelerinize ne tür yenilikler sundunuz?

Yeni yılla birlikte, Türkiye'de yer alan tüm acentelerimizle birebir görüştüğümüz ve kendilerine özel yeni sürprizlerimizin olduğu etkinlikleri 'Yeni Jenerasyon Acente' temasıyla 7 ayrı ilde gerçekleştirdik. İş ortaklarımız olan acentelerimizin işlerini kolaylaştıracak ve müşteri portföylerini geniş bir iletişim ağıyla artırmalarına olanak sağlayacak yepyeni fikirlerle karşılarına çıktık. 'Yeni Jenerasyon Acente' etkinliklerimizde ilk olarak her birine 100 bin lira değerinde olan portal, Facebook hayran profili ve Google reklam desteği sağladık. Bu platform sayesinde sigortaacentem.info adresine gelen tüketicilerin, kendilerine en yakın Generali acentesine kolayca ulaşması amaçlandı. Aynı zamanda Facebook hayran profilleri sayesinde de acentelerimizin yeni çağın gereksinimlerine en hızlı şekilde adapte olmasını amaçladık. Değerli iş ortaklarımıza yönelik modernizasyon projemizin bir sonraki adımıysa, haftanın 6 günü acentelerimize hizmet verecek olan Acente Destek Hattı oldu. Kendilerine özel kurulan "Acente Destek Hattı"yla acentelerimizin diledikleri zaman bize ulaşması amaçlandı. Aynı zamanda 300 tableti acentelerimizin hizmetine sunarak Generali acentelerinin müşterileriyle günlük iletişiminde daha efektif ilerleyerek iki dünya arasında eş zamanlı bir bağlantı kurmasını hedefledik. Acentelerimizin satışını kolaylaştırmak üzere aynı zamanda diğer önemli yatırımlarımızdan olan Türkiye pazarının dinamiklerine göre oluşturduğumuz yeni inovatif ürünlerimiz ve yeni fiyat tarifemiz de oldukça önemli ve olumlu geri dönüşler aldı.

Özellikle acentelerin iletişim araçları konusunda neden bu derece büyük çalışmalar yürütüyorsunuz?

Sigortacılıkta hem Türkiye'de hem de dünyada en önemli dağıtım kanalı acentelerdir. Acentelerimizin de her zaman söylediği gibi sigortalılar yüz yüze iletişimi tercih ediyor. Müşteri mutlaka karşısında danışabileceği birisi olsun istiyor. Hem prim fiyatlarını hem teminat kapsamlarını karşılaştırabilecek birisinden yardım almak istiyor. Ancak burada şunu da söylemem lazım, bu yüz yüze iletişim konusu bir takım yanlış anlamalara sebep olabiliyor. Günümüzde müşteriler acenteler üzerinden poliçe yaptırıyorlar. Ancak bu her zaman yüz yüze görüşmek olarak yorumlanmamalı. Müşteriler, acentelerin web sitesi, Facebook hesapları ve telefon aracılığıyla onlara ulaşmak istiyorlar. Generali olarak çalışmalarımıza başladığımızda temel bulgulardan bir tanesi de; Türkiye'deki internet kullanıcılarının son 5 sene içinde yüzde 250 arttığı gerçeği. Biz bu yeni duruma uygun olarak acentelerimizin iletişim kanallarını güncellemeye başladık. Onun için 2014'ün başından itibaren sürekli acentelerimizle bu konuyu görüşüyoruz. Onlarla hem eğitimler yapıyoruz, hem bu farkındalığı artırmaya çalışıyoruz.

MÜŞTERİ ALIŞKANLIKLARI HIZLA DEĞİŞİYOR

Acentelerinizin 'Yeni Jenerasyon Acente' yapılanmasına olan yaklaşımları nasıl?

Acentelerimiz ile yaptığımız görüşmelerde onlarla dünya çapında yapılmış istatistikleri paylaştık. Ayrıca kendi yaptırdığımız çok kapsamlı bir pazar araştırması analizi var. Bunu da paylaştık. Tamamen bağımsız Capgemini araştırma şirketinin yaptığı çalışma çok ilginç bir sonucu ortaya koyuyor. Şirket dünyadaki acentelere "Sizce müşteri adaylarınızın yüzde kaçı sizinle yüz yüze görüşmeyi istiyor?" diye sormuş. Acentelerin cevabı yüzde 83. Aynı soru bu kez müşteri adaylarına sormuşlar. "Acente ile yüz yüze görüşerek sigorta yaptırırım" diyenlerin oranı yüzde 50. Burada ciddi bir fark var. Demek ki acentelerimiz sigortacılıkta müşteri adayının bir danışmana ihtiyaç duyduğu konusunda haklı olmakla birlikte müşterinin her zaman yüz yüze görüşmek istemediği konusunu kabullenmeleri gerekiyor. Acentelerimiz artık müşterilerin kendilerine modern araçlarla ulaşmak istediklerini yaptığımız çalışmalarla görmüş oldular. Bir acentemiz bize, kendisine sağladığımız dijital platformlar sayesinde bir gün içinde 40 kişinin ulaştığını söyledi. Sadece bizim verdiğimiz istatistikler değil, yaptığımız çalışmaların sonuçları da onları daha fazla teknolojiden faydalanma konusunda motive ediyor.

Generali'nin acentelerine bu derece destek vermesinin ardından sektördeki diğer acentelerin size bir yönelişi oldu mu?

Gerçekten de oldu. Generali olarak yeni projelerle iş ortaklarımızın hayatını kolaylaştırıyoruz ve aynı zamanda şüphesiz iş ortaklarımızın sayısını hızla artırmayı hedefliyoruz. Çünkü çok iyi biliyoruz ki müşteriler bize internet kanalıyla da ulaşsa, telefonla da ulaşsa, bizim poliçe üretimimizin çok büyük bir kısmı acentelerimiz tarafından yapılacak. Generali'nin acenteleri en önemli ve temel satış kanalıdır. Bu anlamda geliştirdiğimiz bilgi sistemleri, ürünler, süreç ve fiyatlandırma çalışmaları da bunun en önemli göstergesi. Özellikle iletişim çalışmalarımızın da yardımıyla da şubat ayında acente başvuru sayımızı yüzde 300 oranında önemli bir rakamla artırdık.





Generali Sigorta Stratejik Planlama ve İş Geliştirmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Petar Dobric; "Hasar geçmişi olmayan sürücüleri hedeflerken, bir ayrıcalıkları olması gerektiğini düşündük. Onlara özel bir tarife oluşturduk. Böylece hasar geçmişi olmayan sürücülere daha da uygun fiyat sağlayan bir tarifeyle karşılarına çıktık."

88 liradan başlayan fiyatla trafik sigortası

Generali Sigorta, Zorunlu Trafik Sigortası'nı 88,63 liradan başlayan fiyatlarla sunuyor.

Avrupa'nın en büyük 3 sigorta şirketinden birisi olan Generali, Türkiye pazarına yepyeni bir fiyatlandırma stratejisi sundu. Bu sayede Generali iyi sürücüleri ödüllendirirken özellikle 35-50 yaş arası, hasar geçmişi olmayan iyi sürücülere daha farklı seçenekler sunmayı hedefliyor. Müşterinin risklerine göre geçmişlerini detaylı olarak analiz eden Generali, bu sayede iyi sürücülere daha iyi fiyat alternatifleri sunuyor.

Generali yeni fiyat stratejisini piyasaya bambaşka bakış açısıyla sundu. Generali'nin farklı Avrupa ülkelerinde edindiği deneyim ve tecrübelerin de desteğiyle, müşterilerin geçmişlerine göre farklı parametreler dikkate alınıyor. Bu sayede müşterilerin detaylı risk analizini yaparak örneğin, Generali 35-50 yaş arası, iyi eğitimli, hasar geçmişi olmayan ve küçük-orta segmentte otomobili olan sürücülere daha da uygun fiyatlar sunuyor. Generali'nin daha önce 4 farklı Avrupa ülkesinde ki tecrübelerinden yola çıkarak uyguladığı taktikle Generali sektörde çığır açan bir yenilik gerçekleştiriyor. Bu sayede Generali, önümüzdeki yıllarda "teknik mükemmelliyet" açısından ilk 5 şirket arasına girmeyi planlıyor. Generali trafik sigortasını da yüzde 70'e varan indirimlerle sunarak Türkiye'deki sigortalı oranının yükseltilmesini hedefliyor.

Generali Sigorta Stratejik Planlama ve İş Geliştirmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Petar Dobric uygulamayla ilgili şu yorumda bulundu: "Hasar geçmişi olmayan sürücüleri hedeflerken, bir ayrıcalıkları olması gerektiğini düşündük. Onlara özel bir tarife oluşturduk. Böylece hasar geçmişi olmayan sürücülere daha da uygun fiyat sağlayan bir tarifeyle karşılarına çıktık."

Generali, sigortacılık anlayışını değiştiriyor

Generali, her gelir grubuna uygun, kolay sigortacılık çözümleri sağlamak için Türkiye pazarına 4 yeni ürün sunuyor. Generali Sigorta, bu ürünlerle birlikte sunduğu ekonomik ve müşteriye özel tasarlanmış çözümlerle sigortacılığa yepyeni bir bakış açısı getiriyor.

GENERALI, pazara Prestij Trafik, Prestij Kasko Ekstra, Mini Kasko ve Mini Kasko Ekstra isimleriyle sunduğu dört yeni ürünle, müşterilerini akıllı sigorta çözümleriyle buluşturuyor. Bu ürünler aynı zamanda müşteriler tarafından en sık ihtiyaç duyulan ek teminatları fiyatlarının 1/5 oranıyla sunuyor. En avantajlı fiyatları sunan bu ürünler, müşteriler tarafından en sık ihtiyaç duyulan çarpışma riskini de güvence altına alıyor.

Generali Sigorta Stratejik Planlama ve İş Geliştirmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Petar Dobric ürünlerle ilgili şu yorumda bulundu: "Müşterilerin neredeyse yüzde 90'ı geniş kapsamlı sigorta teminatına sahip olmayı tercih ediyor fakat kasko kullanımına bakıldığında yüzde 30 gibi çok düşük bir orana sahip olduğunu görüyoruz. Burada en temel nedenlerden biri, sigorta kullanım oranındaki düşüklüğün yanı sıra kasko poliçelerinin çoğu zaman pahalı olarak görülmesi...

Tüketicilerin görüşü, bizim için çok önemli. Bu yüzden onlara kulak verdik ve hızla Avrupa'da sunduğumuz ürünlerimizi Türkiye'deki müşterilerimizin ihtiyaçlarına göre geliştirdik. Generali, müşteri odaklı bir şirket olduğu için bu alanda araştırma yaptık ve müşterilerimizin gerçek ihtiyaçlarını tespit ettik."

Generali'nin yaptığı araştırmaya göre;

ZORUNLU TRAFİK

- Müşterilerin yüzde 58'i, ferdi kaza teminatını satın alabileceğini belirtiyor.
- Müşterilerin yüzde 56'sı, yol yardımı hizmetlerini satın alabileceğini belirtiyor.

KASKO

- Müşterilerin yüzde 90'ı, kaskoya sahip olmak istiyor.
- Kasko çok pahalı olduğundan dolayı müşterilerin sadece yüzde 30'u kasko sahibi.
- Müşterilerin yüzde 50'si, kasko sigortasının 50 bin lira limitle tüm kazaları kapsamasını tercih ediyor.

PRESTİJ TRAFİK İLE YÜZDE 70'E VARAN İNDİRİM ORANI

Generali'nin zorunlu trafik alanındaki ürünü Prestij Trafik Sigortası ile ilgili olarak müşteriler, hasar geçmişlerine, araç bilgilerine ve poliçe sahibi bilgilerine göre yüzde 70'e varan indirimli fiyattan yararlanabiliyor. Buna ek olarak, ürünün fiyatına dahil olan yakıt ve akünün bitmesi durumunda yardım hizmetinin yanı sıra araç çilingir işi, lastik değişimi gibi yol yardımı hizmetleri alabilirler. İlave bir ücretle ekstra asistans paketini tercih edenler, bir kaza halinde 5 güne kadar yedek araç verilmesi hizmetinden, 60 dakika garantisi ile araç çekme hizmetinden ve kaza sonrasında yolculuğunu tamamlamak için taksi ücretinin karşılanması hizmetlerinden yararlanabiliyorlar. Ayrıca tercih edilmesi durumunda, cam kırılması, lastik koruyan, ihtiyari mali sorumluluk ve sürücü ferdi kaza teminatlarını



Petar Dobric

da poliçeleri kapsamına dahil edebiliyorlar. Bu nedenle Generali'nin zorunlu trafik sigortasına sahip olanlar, üçüncü kişilere karşı sorumluluklarının yanı sıra kendilerini de güvence altına alabiliyor. Ayrıca Ekstra Asistans paketi '60 dakika Garantili'. 60 dakika içinde Generali tarafından asistans hizmeti sunulamaması halinde şirket müşterilerine nakit olarak cezayı ödüyor.

DAR KASKO ÜRÜNLERİ, HEM HESAPLI HEM PRATİK

Generali aynı zamanda kasko poliçelerinin kapsamına yepyeni bir perspektif getiriyor ve Türkiye'de bulunan sürücülere pazarda ilk olan ürünler sunuyor. 4-7 yaş arası olan veya 7-12 yaşından daha eski olan orta büyüklükteki eski araçları da hedeflemek amacıyla Mini Kasko ve Mini Kasko Ekstra olarak adlandırılan Kasko paketlerini tüketicilerle buluşturuyor.

Standart kasko sigortasından daha ucuz olan, fakat ana risklere karşı koruma sağlayan dar kasko ürünlerine ihtiyaç olduğu tespit edildiği için Generali, Mini Kasko ve Mini Kasko Ekstra gibi benzersiz ürünleri sunuyor. Mini Kasko, 1 çarpışma hasarını 2 bin liraya kadar kapsayan düşük fiyat kategorisindeki bir ürün. Daha yüksek bir sigorta teminatı tercih eden müşteriler için bu tutar, Mini Kasko Ekstra ürünü ile 2 çarpışma hasarı ve toplamda 50 bin liraya kadar çıkabiliyor. Bu paketler, yüksek bir gelire sahip olmayan iyi sürücüler için özel olarak tasarlandı. Diğer taraftan standart kapsamlı kasko paketini tercih eden müşteriler için Generali, Prestij Kasko Ekstra paketini öneriyor.

Petar Dobric yeni ürün yelpazesini şu sözlerle değerlendirdi; "Mini Kasko Ekstra, 4-7 yaşındaki araçlar için ve Mini Kasko, 7 yaşından daha eski araçlar için geliştirilmiş ürünlerdir. Böylelikle yeni pazarlar oluşturuyoruz. Düşük kasko fiyatlarımızın bir sonucu olarak müşteri segmentlerimizin her birini mutlu edecek hizmetlerimiz mevcut. Hasar geçmişlerinin tümünü analiz ederek bu ürünleri oluşturduk. Hasar tespitlerinin yüzde 80'inin 2 bin lira altında olan araç kazaları olduğunu gördük. Bu yüzden müşterilerimiz neden daha fazla ödemek zorunda kalsın ki? Bu hususu göz önüne alarak gerçek ihtiyaçlar ve riskler için müşteriye özel tasarlanmış ürünler oluşturduk."



NERMİN YILDIRIM

Hollanda'dan sigorta manzaraları

Bu ay soluğu iklimi soğuk, insanı sıcak bir memleket olan Hollanda'da aldık. Sigortacılığın en çok geliştiği ülkelerden biri olan Hollanda'da ekonomi, işsizlik, sigorta ve sigortacılar hakkında sohbet ettik.

Yirmi yıldır aynı şirket

Daha önce hiç bir bisiklet antrenörüyle tanışmamıştım.

Her şeyin bir ilki vardır.

Bisiklet Hollandalılar için vazgeçilmez bir ulaşım aracı galiba.

Evet, hem ulaşım hem spor hem eğlence biçimi. Burada neredeyse herkesin bir bisikleti var.

Hollanda'da ekonomi nasıl gidiyor?

Çok büyük bir sorunumuz yok. Ama her şeyin dört dörtlük olduğunu da söyleyemem.

Nedir problemler?

İş bulmak gittikçe zorlaşıyor. Birkaç sene önce işsiz kaldığınızda çabucak yenisini bulabiliyordunuz. Şimdi öyle değil.

Bu da bir gelecek korkusu yaratıyor mu?

İster istemez yaratıyor tabii.

Kimi Avrupa ülkelerinde insanlar gelecekten korkmuyor. Nasılsa devlet benimle ilgilenir diyor. Siz öyle demiyor musunuz?

Demiyorum. Elbette devlet benimle ilgilenmez. Kendi geleceğimi kendim sağlama almalıyım.

Bu noktada kaçınılmaz olarak özel sigortanız var mı diye soracağım.

Var, tabii. Bu da kendimi daha



Gerben Kneyr (Bisiklet [illegible], 35)

güvende hissetmemi sağlıyor.

Peki şirketinizle aranız nasıl? Şirketinize güven duyuyor musunuz?

Güveniyorum tabii. Yirmi yıldır aynı şirketle çalışıyorum. Hiçbir sıkıntı yaşamadım.

Yakınmaya hakkımız yok

Hollanda ekonomisinin gidişatını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Pek çok ülkeyle kıyasladığımız zaman yakınmaya hakkımız olmadığını görüyorum ama yine de ekonominin iyiye gittiğini söyleyemem.

En büyük sıkıntı ne sizce?

Henüz çok büyük bir sıkıntı haline gelmese de işsizliğin gittikçe arttığını gözlemliyorum. Gençler iş bulmakta zorlanıyor. Hele de benim yaşımdaysanız ve bir biçimde işsiz kalırsanız, kimse sizi işe almak istemiyor. Yani her yaş grubu için işsizlik bir sorun.

Sigortacılar hakkında ne düşünüyorsunuz?

İşlerini yapıyorlar.

İyi yapıyorlar mı peki?

Her meslek grubunda işini iyi yapan ve yapmayanlar vardır. Siz müşteri olarak doğru seçimi yaparsanız sorun yaşamazsınız. Benim şirketim gayet iyi mesela. Henüz hiçbir problem yaşamadık.



Maryke Paulus (Eczacı, 58)

Şirketinize güveniyorsunuz yani.

Güveniyorum. Açıkçası çevremde sigortacıları çok güvenilir bulmayanlar da var ama sonuçta bir poliçe satın aldığınızda bütün kurallar zaten belli. Siz haklarınızı bilir ve olanı biteni takip ederseniz herhangi bir yanlışlık yapılması mümkün değil.

Hangi sigortalarınız var?

Sağlık, ev ve araba.



Anne Innemee (İnternet pazarlamacısı, 25)

Sigorta çok pahalı

Hollanda'da işsizlik gibi durumlarda yapılan devlet yardımı yeterli mi?

Değil çünkü belli bir meblağın altında geliri olanlara yardım yapılıyor. Yani işsizseniz ya da geliriniz çok düşükse o yardımı alıyorsunuz. Ama yardımı alanlar ve almayanlar arasında ciddi bir gelir farkı yok. Bir sınırın üstüne çıktığınız an yardımdan mahrum kalıyorsunuz. Oysa bence o yardım meblağı azalarak devam etmeli. Çünkü devletin yoksul kabul ettiği biriden 50 euro daha fazla gelire sahip olmak sizi zengin yapmıyor.

Genel olarak ekonomi hakkında ne düşünüyorsunuz?

Ekonomi fena değil. Yani birçok ülkeye göre iyi durumdayız.

Peki devletin sosyal güvenlik hizmetleri nasıl? Yeterli buluyor musunuz?

Bulmuyorum. Mesela sağlık hizmetleri bence yeterli değil. Bu yüzden özel sağlık sigortası yaptırdım.

Memnun musunuz peki?

Memnunum ama sigorta çok pahalı. Son zamanlarda fiyatlar çok arttı. İki sene önce 90 euro idi, şimdi 120 euro ödüyorum. Az para değil.

Tatilcinin seyir defteri

Ne görelim: Amsterdam'da Kanallar, Anne Frank'in evi ve Vondelpark.

Ne yiyelim: Birbirinden leziz Hollanda peynirleri.

Ne içelim: Hollanda birası.

İşsizlik artıyor



Daphne Van Dyck (Müşteri hizmetleri çalışanı, 25)

Hollanda'da hayat nasıl gidiyor?

Gayet iyi. Bir sıkıntı yok.

İş bulmanın zor olduğunu duydum, doğru mu bu?

Evet, bu yeni problemimiz. Önceden iş bulmak çok daha kolaydı. Şimdiyse işinizi kaybettiğiniz an hapı yuttunuz. Yenisini ne zaman bulabileceğinizi bilemiyorsunuz. Mesela benim en son iş arama maceram bir ay sürdü.

Bir ay pek uzun değil gibi geldi bana.

Uzun değil ama bulduğum iş hayallerimdeki iş de sayılmaz. Yani gerçekten istediğiniz gibi bir iş bulmanız aylar alabiliyor.

Çok işsiz var mı peki?

Kriz ülkeleriyle kıyaslarsak çok diyemeyiz ama giderek artıyor işsizlik. Fakat kalifiye elemansanız, sizi diğerlerinden ayıran özellikleriniz varsa işiniz kolaylaşıyor elbette.

Özel sigortalar hakkında ne düşünüyorsunuz?

Devletin sağlık hizmetlerini çok yeterli bulmuyorum. Bu yüzden özellikle sağlık sigortası şart. Ama çok da pahalı!

Sigortanız var mı peki?

Sağlık sigortam var ama söylediğim gibi çok pahalı. Her ay 110 euro ödüyorum.

Düşük ve orta gelirli grubun sigorta talebi artacak

Önümüzdeki dönemde, sigorta ürünlerine olan talepte düşük ve orta gelirli sınıfın payının hızlı bir şekilde artması bekleniyor. Bu süreçte, şirketlerin ürünlerini bu segment için cazip kılabilmesi amacıyla daha düşük kâr marjlarında yönetimsel modellere ihtiyacı olduğu belirtiliyor.

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de orta ve düşük gelirli sınıfın ekonomik büyümedeki payının giderek artmakta olduğunu dile getiren EY Türkiye Kıdemli Danışmanı Aktüer Utku Meşhur, bu durumun sigorta ürünlerinin penetrasyonunda da kendini gösterdiğini söyledi. Meşhur konuyla ilgili, "Önümüzdeki dönemlerde sigorta ürünlerine olan talepte orta ve düşük gelirli sınıfın payının çok hızlı bir şekilde artması beklenmektedir" yorumunda bulundu. Bu durumun sigorta şirketlerinin global düzeydeki yatırımlarını dahi yönlendirmekte olduğunu ve şirketlerin bu demografik potansiyeli hedef alacak aksiyonlar almalarına neden olduğundan söz eden Meşhur, "Bu sınıfın ihtiyaç ve beklentilerine hizmet vermek sigorta şirketleri için farklı zorlukları da beraberinde getirmektedir. Sigorta şirketlerinin, ürünlerini bu segmente cazip kılabilmesi ve uzun vadede müşteri ilişkilerini koruyabilmesi amacı ile daha düşük kâr marjlarında daha verimli çalışabilecek yönetimsel ve operasyonel modellere ihtiyacı olmaktadır" dedi.

"Böyle bir pazarda faaliyet göstermenin en önemli zorluğunun, sigorta şirketlerinin kârlılığa dair göstergeleri izleyecek ve yorumlayacak sistemlere ve performans yönetim araçlarına sahip olmamasıdır" şeklinde ifadelerde bulunan Meşhur, bu eksikliğin nedeninin çoğu zaman üst yönetimin gerekli yatırım ve odaklanma konusundaki kararsızlığı olduğunu ifade etti. Meşhur konuyla ilgili olarak, "Sigorta şirketleri, söz konusu müşteri grubuna hitap edebilmek için tüm performans ölçümlerini, yine bu segmenti diğerlerinden ayırabilecek hassasiyette yapabilmelidir. Performans ölçüm araçları için yapılacak tüm yeni yatırımlarda, bu segmentin ve göz önünde bulundurulabilecek diğer tüm segmentlerin kârlılık trendlerinin gözlemlenebildiğinden emin olunmalıdır" dedi.

Sigorta şirketlerinin, bu derece hızlı büyümekte olan bir segmente kârlı bir şekilde hizmet vermek amacıyla risk fiyatlaması konusunda her zamankinden daha hassas olması gerektiğine dikkat çeken Meşhur, bu hususta karşılaşılabilecek bir diğer sorunun da risk fiyatlaması hususunda bu segmente ait yeterli ve güvenilir veriye sahip olunmaması olduğunu dile getirdi. Meşhur konuyla ilgili sözlerini şu şekilde sürdürdü: "Bu dataların kalitesinin arttıkça daha iyi fiyatlama ve buna bağlı olarak da daha kârlı bir müşteri tabanı elde edilecektir. Şirketlerin bu hususlaki mevcut durumunu değerlendirmesi ve gerekli yatırımların belirlenmesi, bu sürecin başarısında büyük önem taşımaktadır." Meşhur ayrıca, sigorta şirketlerinin gelişmekte olan pazarlarda orta ve düşük gelirli müşteri segmentlerine hizmet sunmayı pahalı bir faaliyet olarak değerlendirdiğini ifade etti. Orta ve düşük gelirli müşterilere hizmet sunma yolunda sigorta şirketlerinin karşılaşabileceği zorluklardan bahseden Meşhur, maddelerin 3 ana başlık altında toplanabileceğini ifade ederken şöyle sıraladı:

Farkındalık – Eğitim ve pazarlama çalışmaları ile müşteri farkındalığı ve güveni inşa edilebileceği. Sigorta sektöründe bu farkındalığı yaratmanın hasar süreçlerinde müşterilerin beklentilerini karşılamaktan geçmesi.



Düşük Fiyat – Müşterilerin bütçelerini zorlamayacak uygun fiyatlarda ürün sunulması gerekliliği. (Bu hususta ürün tasarımı ve risk fiyatlandırma faaliyetlerine büyük iş düşeceği.)

Ulaşılabilirlik – Ürün satın alma, bilgi alma ve hasar süreçlerinde hızlı ve kolay hizmet sunulması gerektiği.

Sigorta şirketlerinin tüm bu zorlukları yenmek için çok farklı faktörlere yoğunlaşması gerektiğinden söz eden Meşhur, bu faktörleri bir tablo ile özetledi.

Konuyla ilgili yorumlarını sürdüren Meşhur sözlerine şunları ekledi: "Bu müşteri segmentlerine hizmet sunma ve başarılı olma yolunda müşteri odaklılık, operasyonel verimlilik, risk yönetimi ve performans yönetimi faaliyetleri hayati önem kazanmaktadır. Tüm bunların da üzerinde şirket kültürünün söz konusu faaliyetleri desteklemesi gerekmektedir."

OPERASYONEL MÜKEMMELLİK

Karşılaşılacak zorluklar ile başa çıkmak adına atılacak birçok adımdan bahsedildiğini vurgulayan, EY Türkiye Kıdemli Danışmanı Aktüer Utku Meşhur, tüm bu adımların tek bir anlayış altında toplanıp, uygulaması bir metodolojiye oturtulduğunda "Operasyonel Mükemmellik" kavramıyla karşılaşıldığını söyledi. Meşhur sözlerine şu şekilde devam etti: "Bu kavram temellerini, fiyat ve maliyet rekabetinin çok ağır olduğu, bunun yanında ise müşteri odaklılığın, operasyonel verimliliğin ve yenilikçiliğin çok büyük önem taşıdığı otomotiv sektöründen almaktadır. Bu çalışma şekli düşük kâr marjlı sektörlerde çok büyük yer edinmektedir. Müşteri kartları, kağıtsız sigorta poliçeleri, hızlandırılmış risk kabul süreçleri, faturalı hasar işlemleri gibi uygulamalar sigorta sektöründe bu anlayışa örnek gösterilebilecek faaliyetlerdir. Orta ve düşük gelirli müşteri segmentlerine yönelmeyi planlayan sigorta şirketleri için Operasyonel Mükemmellik anlayışı tüm zorlukların aşılması adına kusursuz bir çözüm haline gelmektedir."

Gelişmekte olan pazarlarda başarılı olmak için gerekli faktörler	Operasyonel mükemmellik yaklaşımı
Maliyet azaltma ve yüksek kalite	Standardizasyon
Müşteri odaklılık	End-to-end yaklaşım
Değişim karşısında esneklik	Yenilikçilik

SÜREÇLER VE TEKNOLOJİ

- İş süreçleri, satış sonrası hizmetler ve hasar yönetiminde süreç optimizasyonuna konu olabilecek tüm kritik noktaları belirlemek.
- Süreçlerinizi hızlıca değiştirebilecek ve bu değişimlere uyum sağlayabilecek esnekliğe sahip olmak.
- İş süreçlerini optimize etmek adına mümkün olduğunca teknoloji çözümlerinden faydalanmak.

YETENEK VE BECERİLER

- Değişik müşteri segmentlerine yönelik farklı satış becerilerini anlamak. Ulaşılmak istenen düzeye gelebilmek adına, mevcut yetenek ve becerileri analiz etmek.
- İş gücünün esnekliğini arttırmak adına kıyaslanabilir kriterler belirlemek ve iş prosedürleri oluşturmak. Başarılı uygulamaları paylaşmak adına organizasyon genelinde platformlar oluşturmak.

PERFORMANS YÖNETİMİ

- Operasyonel hedefler ve başarı kriterleri ile çalışmak.
- Bilgi akışı ve raporlarına süreçlerini geliştirmek.
- Motivasyon ve şeffaflık.

ANLAYIŞ VE KÜLTÜR

- Kültürel yapıyı analiz etmek ve hassas noktaları belirlemek.
- Değişim kültürü yaratmak adına, koçluk yapmak ve geri bildirim sağlamak.
- Motivasyon ve iletişim faaliyetleri düzenlemek.
- Liderliği ve aynı zamanda takım ruhunu desteklemek.

OPERASYONEL MODEL

- Sigorta operasyonlarının yalın ve doğru bir şekilde yürümesini sağlayacak operasyonel modeli belirlemek.
- Operasyonel aktiviteleri, yönetim yapısını detaylı bir şekilde analiz etmek ve süreç haritaları ile rasyonelleştirmek.

Sigorta Cini dilekleri yerine getirdi

Milli Piyango İdaresi'nce hazırlanan Sigorta Cini çekiliş kampanyası sonuçlandı. Çekilişte iki talihliden ilki Burcu Erdoğan Paris seyahati kazanırken, ikinci talihli Canberk Yüksel ise 3D LED TV'nin sahibi oldu.



"Sigorta Cini, 15 Mart Dünya Tüketiciler Günü'nde ATÜKDER tarafından Avrasya Kalite Ödülü'ne layık görüldü."

SİGORTA yaptırmak isteyen herkesin kolay ve hızlı ulaşabileceği alışveriş merkezlerinde ve alışveriş mağazalarının bulunduğu caddelerde açılan Sigorta Cini'nin ocak ayı başında başlayan çekiliş kampanyası sonuçlandı. Sigorta Cini mağazalarında çeşitli sürprizlerle karşılaşan ziyaretçiler, bu defa Paris Seyahati ve LED TV kazanma fırsatı yakaladı.

4 Mart 2014 tarihinde Milli Piyango ve noter huzurunda gerçekleşen çekilişin talihlileri Burcu Erdoğan ve Canberk Yüksel oldu. 3 bine yakın katılımcı arasından noter çekilişiyle Paris seyahatine sahip olan 29 yaşındaki Burcu Erdoğan hayatta ilk defa böyle bir şans yakaladığını, Paris'e gitmeyi çok istediğini ama şu ana kadar fırsatı olmadığını belirtti. 22 yaşındaki Canberk Yüksel ise kazandığı Samsung 3D LED TV ile 3 boyutlu sinema keyfini evinde, kendi odasında yaşayacağı için heyecanlı olduğunu dile getirdi.



Soldan sağa, Sigorta Cini Satış Müdürü Fulya Argat, talihli Burcu Erdoğan, Metrocity Mağaza Müdürü Ekrem Deveci, talihli Canberk Yüksel, Genel Müdür Pieter-Bas Vos.

Sigorta Cini'nin düzenlediği ilk çekiliş kampanyasının ödülleri verildi. Sigorta Cini benzer etkinlikler düzenlemeye devam edecek.



Talihliler ödüllerini Metrocity Alışveriş Merkezi'ndeki Sigorta Cini mağazasında düzenlenen törenle Genel Müdür Pieter-Bas Vos'un elinden aldı. Vos, Sigorta Cini'nin düzenlediği ilk çekiliş kampanyasının ödüllerini takdim etmekten büyük mutluluk duyduğunu ve bundan sonra sigorta bilincini yerleştirmek için benzer etkinlikleri düzenlemeye devam edeceklerini dile getirdi.

Şu anda Metrocity, Marmara Forum, Göztepe, Şaşkınbakkal ve Ankara Kentpark olmak üzere toplam 5 mağaza ile hizmet veren Sigorta Cini "Hayatın beklenmedik olaylarına hazırlıklı olmak" için her ailenin ihtiyacı olan sigorta ürünlerini karşılaştırmalı olarak sunan ilk perakende sigorta mağazası olma özelliğini taşıyor.

SEKTÖRDEN

'Acentelik mesleği kazanırsa tüm sektör kazanacak'

Toplantıda, Meslek Komitesi Başkanı ve Meclis Üyesi Levent Korkut, sigorta acentelerinin üzerine yüklenen sorumluluk ve sorunların oldukça arttığını söylerken, buna karşın gelirler ve kazanımların da azaldığını vurguladı.




Levent Korkut

İTO'nun 18 Mart'ta gerçekleştirdiği "Sigortacılık Meslek Komitesi Zümre Toplantısı" birçok acentenin de katılımıyla oldukça hareketli geçti. Türkiye'nin 39 ilden il delegeleri ve toplamda 517 meslek mensubunun da katılımıyla, toplantının esas gündemi sigorta acentelerinin öncelikli sorunları oldu.

Toplantıda, Meslek Komitesi Başkanı ve Meclis Üyesi Levent Korkut, sigorta acentelerinin üzerine yüklenen sorumluluk ve sorunların oldukça arttığını söylerken, buna karşın gelirler ve kazanımların da azaldığını vurguladı. Korkut sözlerini şöyle devam ettirdi: "Taslak olarak görüşümüze açılan Sigorta Acenteleri ve Acentelik Faaliyeti Denetim Rehberi, 5684 sayılı yasa gereği olması gereken bir rehber olmakla beraber öncelik almasını doğru bulmuyoruz. Aynı şekilde sigorta acenteleri etik kurallarını da öncelikli değerlendirmiyoruz. Denetim rehberi ve sigorta acenteliği etik kuralları Sigorta Acenteleri Yönetmeliği ve sektörümüzle diğer ikincil düzenlemeler oluşup oturduktan sonra yapılmalıdır." Korkut, güncel ve şu günlerde sık sık yaşanan sıkıntıları özetlerken bunların başında ilk olarak, her gün yenisi eklenen kontrol, denetim ve yaptırımı olmayan satış kaynakları ve buna bağlı tanımlanamaz rekabet durumunu belirtti. Korkut, bu sorunları şu şekilde sıraladı:

* Sigorta acentelerine yönelik fesih, hedef, gelir ve portföy kayıpları, artan bölgesel sorunlar,
* Bilgilendirme yönetmeliği ucu açık sorumluluklarımız,
* MASAK'la yüklendiğimiz sorumluluklar,
* İş sağlığı güvenliği sorumlulukları,
* Ba ve Bs beyannamesi problemleri,
* Anadolu'daki acente arkadaşlarımızın acentelikelerinin kapatılma riskleri ve yeni acentelik verilmemesi konusu,
* Sigorta şirketlerinin web siteleri üzerinden indirimli poliçe satarak, acentesi ile haksız rekabeti,
* Call center sanşlarında da teknik personel şartının mutlak surette olması gerekliliği,
* Tarım sigortalarında bankaların tahammül edilemez baskı ve haksız rekabeti.
* Portföy mülkiyet hakkı,
* BES, Hayat, Sağlık ve Seyahat poliçesi satacak olan acentelerde de yasa ve yönetmeliklerde belirlenen fiziki şartların aranmasının sağlanması,
* Tek tip sözleşme konusunun mutlaka çözüme kavuşturulması gerektiği.

Sorunların kendilerini üretimden uzaklaştırarak gelir kaybına ve sigorta şirketlerini de alternatif satış kanalı aramaya itmekte olduğunu özellikle vurgulayan Korkut, "Yönetmelik başta olmak üzere ve mesleğimizi ilgilendiren diğer düzenlemelerde haklı olduğumuza inanarak acil çözüm bekliyoruz. Aksi takdirde, özellikle yönetmeliğin daha önce gelen taslakta olduğu gibi çıkması halinde mesleğimizi zora sokacak sonuçlar doğurması muhtemeldir. Sektörün gelişmesine ve sigorta bilincinin artmasına büyük katkıları olan sigorta acenteleri, yönetmeliğin mesleğimizin gelişmesine ve sürdürülebilir bir şekilde çıkarılmasını talep ediyor. Aksi takdirde bizim ve sigorta sektörünün kaybı telafi edilemez olacaktır" şeklinde konuşarak sözlerini noktaladı.

İTO Yönetim Kurulu Sayman Üyesi Hasan Erkesim, sigorta acentelerinin menfaatlerini koruyacaklarını belirtirken, sigorta bilincinin artırılmasına yönelik çalışmalara öncülük ettiklerini dile getirdi. İTO Komite Üyesi Mehmet Lütfi Tunga, "sigorta acentelerinin etik kurallarını ve sigorta acenteleri denetim taslağını tartışırken burada belirtilen sermaye oranı ve diğer önemli maddelerin, yönetmelikten önce gündeme alınmamasını istedi.

PONEMON INSTITUTE'UN ANKETINE GÖRE, FİRMALAR ARTIK SİBER GÜVENLİK RİSKLERİNİ, DOĞAL AFET RİSKİNDEN DAHA CİDDİYE ALIYOR. YİNE DE ANKETE KATILAN FIRMALARDAN SİBER GÜVENLİK İHLALLERİNE KARŞI SİGORTASI OLANLARIN ORANI YÜZDE 31'İ GEÇMİYOR. SİBER RİSK SİGORTASI SUNAN BAZI SİGORTA ŞİRKETLERİ, BU ALANDAKİ RİSKİ TAM OLARAK TANIMLAYAMADIKLARI İÇİN POLİÇE SATMAKTA GÜÇLÜK YAŞIYOR.

Siber riskler sigortası, birçok ülkede yaklaşık 10 yıldır satılıyor. ABD, bu alanda en gelişmiş pazar olarak dikkat çekerken, 2014'ün İngiltere'deki siber riskler pazarı açısından önemli bir yıl olması bekleniyor.

Bilgi teknolojisi alanında güvenlik ihlalleri giderek artmaya devam ediyor. Haber sitesi Global Reinsurance'a göre, şirket dataları her geçen gün daha sofistike ve zararcı tehditlerle karşılaşıyor. Her geçen gün daha fazla şirket, datalarını ve markalarını tehdit eden riskleri minimuma indirmek için sigorta güvencesi arama yoluna gidiyor. Siber riskler sigortası; hacker faaliyetlerine, virüs saldırılarına, sistemin kullanılamaz hale gelmesi riskine, telif hakkı ihlallerine, web içeriği sorumluluğuna ve diğer teknolojiyle alakalı alanlarda doğabilecek risklere karşı hazırlanan poliçeleri tanımlamak için kullanılan çok geniş bir kavram.

Ponemon Institute tarafından yapılan bir ankete göre, firmalar artık siber güvenlik risklerini, doğal afet riskinden ya da olağan iş risklerinden daha ciddiye alıyor. Buna rağmen, siber güvenlik ihlallerine karşı sigortası olan firmalar yüzde 31 oranında. Siber risklere karşı sigorta teminatı araştıran ve bu alanı yeni keşfeden şirket sayısı da giderek artıyor. Ankete katılanların yüzde 76'sı, güvenlik ihlallerinin doğurabileceği sonuçların; doğal afetler, iş kaybı ya da yangın gibi risklerin doğurabileceği sonuçlardan daha ciddi olduğunu düşünüyor. Ancak, katılımcılar genelde şirketlerine karşı bir siber saldırı sonucunda öngörülen maksimum finansal zararı yaşama olasılıklarının yüzde 9 olduğunu belirtiyor.

960 MİLYON EURO DEĞERİNDE BİR SİBER RİSK PAZARI: ABD

ABD'de sigortacılıkta siber riskler branşı oldukça gelişmiş; şirketlerin yetkili mercileri bir online saldırı durumunda bilgilendirmekle yükümlü olduğu bu pazar 960 milyon euro değerinde. Avrupa pazarı henüz ABD'nin çok gerisinde, ancak hasar görme riski artmaya devam ettikçe Avrupa'daki sigorta şirketlerinin de ABD'nin seviyesine ulaşmak için çabalayacağına tanık olacağız. 2014, İngiltere'nin siber risk sigortaları pazarı için son derece önemli bir sene olacak. Kuruluşlar, siber güvenlik ihlallerinden kaynaklanan hasarlarını azaltma ihtiyacını giderek daha sık hissetmeye başlarken, olası en yüksek hasarı tahmin etmekte zorlanan sigortacılarsa birçok zorlukla baş etmeye çalışacak.

Siber risk sigortası yaklaşık 10 yıldır piyasada olmasına rağmen, bu ürünü sunan birçok sigortacı tek bir poliçe bile satamıyor. Bunun en önemli sebeplerinden biri, poliçenin hangi amaca yönelik olduğuna dair yeterli bilgi olmaması. Siber risk sigortasıyla bağdaştırılan riskler sigortacılar tarafından o kadar da doğru bir şekilde tanımlanamıyor. Siber güvenlik önlemlerinin düzenli olarak test edilmesi, bir kuruluşun mümkün olan en üst seviyede korunduğundan emin olmak adına büyük önem taşıyor. Sigortacılar için ise riskin değerini doğru biçtiklerinden emin olmanın yolu, müşterilerinin maruz kaldığı riskin doğasını anlamak ve sağlam önlemlere sahip olmalarını sağlamaktan geçiyor.

Ponemon Institute tarafından yapılan ankete göre:

SİBER SALDIRILARIN MADDİ SONUÇLARI DOĞAL AFETLERDEN DAHA KORKUTUCU

RENK ÖZCAN renk@sigortacigazetesi.com.tr

AVRUPA'NIN KÜRESEL SİGORTA

2011 YILINDA DÜNYA SİGORTA PİYASASINDA YÜZDE 36'LIK PRİM HACMİNE SAHİP OLAN AVRUPA'NIN PAYI 2012 YILINDA YÜZDE 33'E GERİLEDİ. 2011'E GÖRE YÜKSELİŞ KAYDEDEN İKİ KITADAN KUZEY AMERİKA YÜZDE 30, ASYA İSE YÜZDE 29'LUK PRİM DAĞILIMI ORANLARIYLA AVRUPA'YI TAKİP ETTİ.

INSURANCE Europe (Avrupa Sigorta ve Reasürans Federasyonu) tarafından hazırlanan rapor, Avrupa sigorta piyasasının 2012 yılındaki durumunu mercek altına aldı. Avrupa Sigorta Federasyonu üyesi ülkelerin sigorta piyasalarına ait 2012 yılı verileri ışığında hazırlanan raporda, Avrupa sigorta piyasasının prim üretimi, sigorta şirketlerinin yatırım portföyleri ve sigorta piyasasında önemli rol oynayan şirket ve dağıtım kanalları hakkında bilgiler yer alıyor. Sigorta, sadece risk transferi ve tazminat sağlayarak ekonomik işlemleri kolaylaştırmıyor, aynı zamanda finansal istikrar sağlamak, tasarruf yapmak, daha etkin bir şekilde yönetilmesi gereken riskleri sağlamak gibi birçok konuda da teşvik edici bir rol oynuyor.

AVRUPA'DA PRİM ÜRETİMİ 1 TRİLYON 93 MİLYAR EUROYA GERİLEDİ

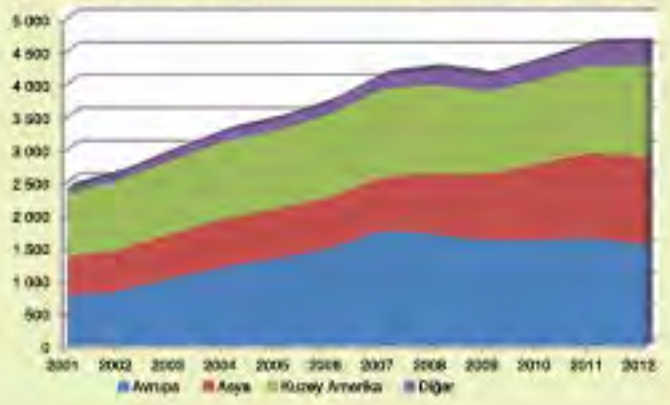
2012 yılında, finansal piyasalarda gözle görülür iyileşmeler olmasına rağmen ekonomik ortam Avrupalı sigortacıları zorlamaya devam etti. Toplam prim üretimi bir önceki yıla göre yüzde 0.3 azalarak 1 trilyon 93 milyar euroya geriledi. Global ölçekteyse, prim üretimi 2011'de görülen yüzde 6'lık yükselişten sonra, 2012'deki yüzde 0.3'lük artışla toplam 3 trilyon 590 milyar euroya çıktı.

Swiss Re'nin raporuna göre, bölgeler bazında toplam prim hacmine bakıldığında, prim hacmindeki en yüksek büyüme oranı Kuzey Amerika'da gerçekleşti (yüzde 5). Asya ise yüzde 3.7'lik büyüme oranıyla Kuzey Amerika'yı takip etti.

Ayrıca, 2012 yılında, Avrupa yüzde 33'lük oranla dünyadaki en geniş sigorta pazarına sahip bölge olarak kayıtlara geçerken, Kuzey Amerika yüzde 30, Asya ise yüzde 29'luk oranla Avrupa'yı takip etti.

2012 yılında Avrupalı sigortacılar yüzde 0.3 azalarak 1

Dünya genelinde sigorta primlerinin dağılımı 2001-2012 (milyar dolar)



2011 yılında yüzde 6 oranında artan küresel prim üretimi, 2012 yılında yüzde 0.3 oranında artarak 4 trilyon 613 milyar dolara ulaştı. Bölgeler bazında toplam prim hacmine bakıldığında, prim hacmindeki en yüksek büyüme oranı yüzde 5 ile Kuzey Amerika'da gerçekleşti. Asya ise yüzde 3.7'lik büyüme oranıyla Kuzey Amerika'yı takip etti.

2011 - 2012 Sigorta Primlerinin Dağılımı



2011 rakamları

Kaynak: Swiss Re Sigma Raporu
Not: Avrupa, Ukrayna ve Rusya'yı da kapsıyor.



1.1 trilyon€
Toplam Avrupa primleri

948 milyar €
Toplam tazminat ve ödenen hasarlar

643 milyar €
Avrupa hayat primleri

647 milyar €
Hayat tazminat ödemeleri

451 milyar €
Avrupa hayat dışı primleri

302 milyar €
Hayat dışı ödenen hasar

PAZARINDAKİ PAYI DÜŞÜYOR

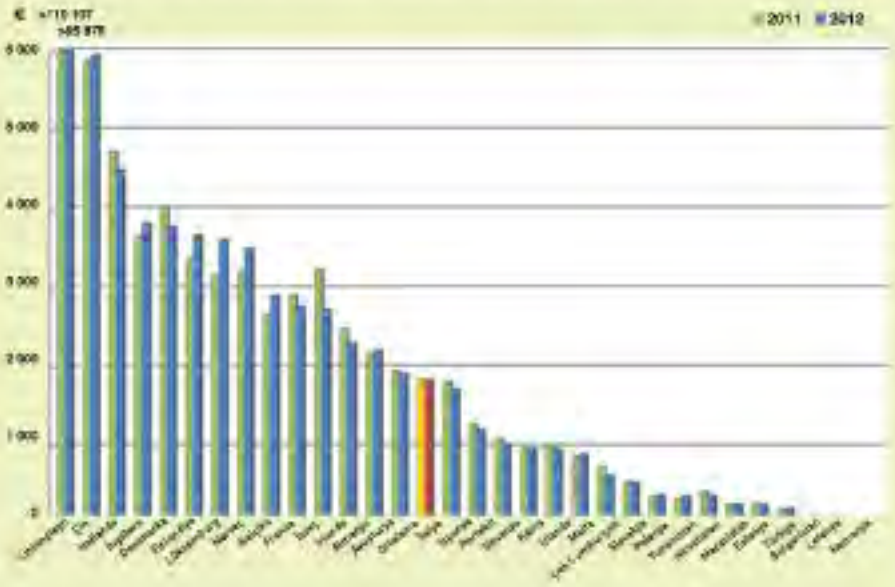
trilyon 93 milyar euroya gerileyen prim üretimlerine rağmen poliçe sahiplerine ödedikleri tazminat miktarının yüzde 1.4 oranında artarak 948 milyar euroya ulaştığını bildirdi. Bu durum Avrupa'da ödenen hayat sigortası tazminatlarının artışından gerçekleşti.

AVRUPA'DA KİŞİ BAŞINA DÜŞEN PRİM 1843 EURO

2012 yılında Avrupa'da sigorta birliğindeki 32 ülkede kişi başına sigortaya harcanan ortalama miktar 1843 euro oldu. Bu miktar içinde 1083 euro hayat sigortasına; geriye kalan 760 euro ise hayat dışı sigortalara harcandı. Kişi başı prim miktarının 100 bin euroyu aştığı Lihtenştayn hariç tutulduğunda dahi, Avrupa ülkeleri genelinde sigorta yoğunluğunun* 2012 yılında ülkeden ülkeye büyük farklılık gösterdiği görülüyor. Buna göre kişi başına düşen prim miktarı, Romanya (100 euronun altı) ve İsviçre (6 bin euro) gibi ülkelerde kaydedilen tutarlar arasında değişiyor.

En yüksek sigorta yoğunluğuna İskandinav ülkelerinde rastlanıyor. Bu ülkelerde sigorta yoğunluğu en fazla hayat sigortasında kaydediliyor. Finans merkezlerinde hâkim konumda olan hayat sigortasının aksine Hollanda'da hayat dışı ve özellikle de özel sağlık sigortası sigorta yoğunluğunun en fazla olduğu sigortalar. Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde hayat dışı sigortalara kişi başına daha fazla miktar harcanmakla birlikte, poliçe sahiplerinin sigorta ürünlerine ayırdıkları ortalama miktar, Insurance Europe ortalamasının altında kalıyor. Bu ülkeler arasında Slovenya 2012 yılında 982 euro üzerinde kişi başına düşen prim miktarı ile en yüksek sigorta yoğunluğuna sahip ülke.

Avrupa'da kişi başına düşen toplam prim miktarı - 2011-2012 (euro)



En yüksek sigorta yoğunluğuna İskandinav ülkelerinde rastlanıyor. Bu ülkelerde sigorta yoğunluğu en fazla hayat sigortasında kaydediliyor. Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde hayat dışı sigortalara kişi başına daha fazla miktar harcanmakla birlikte, poliçe sahiplerinin sigorta ürünlerine ayırdıkları ortalama miktar, Insurance Europe ortalamasının altında kalıyor.

KİŞİ BAŞI PRİM İSVEÇ, MALTA VE YUNANİSTAN'DA DÜŞTÜ

Avrupa'da sigorta yoğunluğunun 2012 yılında Lüksemburg (%14.3), Belçika (%9.1), Finlandiya (% 8.9), Norveç (%8), İngiltere (%4.6) ve İsviçre (%1) gibi ülkelerde arttığı görülüyor. Yıllar içerisindeki gelişimlerine bakıldığında, sigorta penetrasyonunun düşük olduğu Polonya, Letonya ve Türkiye'de de sigorta yoğunluğunun fark edilir bir şekilde arttığı görülüyor. Buna göre 2012 yılında sigorta yoğunluğu Polonya'da yüzde 9.5, Letonya'da yüzde 8.8, Türkiye'de ise yüzde 14 oranında büyüme kaydetti. Öte yandan, İsveç'te sigorta yoğunluğu yüzde 15.5, Malta'da yüzde 13.8, Yunanistan'da ise yüzde 11.4 oranında azaldı.

HOLLANDA VE İNGİLTERE PENETRASYONDA LİDER

Sigorta penetrasyonu**, sigortacılık faaliyetlerini, prim hacminin GSYİH içindeki payı olarak ölçen bir gösterge. 2011 yılında yüzde 7.7 olan Avrupa'daki ortalama sigorta penetrasyon oranı, 2012 yılında yüzde 7.6'ya geriledi. Sigorta yoğunluğunda olduğu gibi ortalama sigorta penetrasyon oranı da ülkeden ülkeye büyük farklılık gösteriyor. Buna göre 2012 yılında Lihtenştayn hariç tutulduğunda, Hollanda ve İngiltere (%12.5) en yüksek sigorta penetrasyon oranına sahip ülkeler. Bu ülkelerin yanı sıra, Finlandiya (%10.3) ve İsviçre'de de penetrasyon oranı yüksek (%9.6). 2012 yılında sigorta penetrasyon oranının en düşük olduğu ülkeler ise Letonya (%0.9), Türkiye (%1.4) ve Romanya (%1.3) olarak kaydedildi. Doğu Avrupa ülkeleri arasında olan Slovenya'da, yüzde 5.7'lik penetrasyon oranı ile en yüksek sigorta penetrasyon oranına sahip ülke oldu.

***Sigorta yoğunluğu: Kişi başına düşen prim üretimi (density)**

****Sigorta penetrasyonu: Sigorta üretiminin GSYİH'ye oranı**

AVRUPA'NIN KÜRESEL PAZARDAKİ PAYI 2007'DE YÜZDE 43'E ÇIKMIŞTI

2002 ile 2007 yılları arasında Avrupa'daki prim hacminin dünya genelindeki prim hacminden daha hızlı büyüme kaydetmesiyle birlikte, Avrupa sigorta piyasasının dünya sigorta piyasasındaki payı yüzde 32'den yüzde 43'e ulaştı. Bu dönemde, Asya ve Kuzey Amerika kendi pazar paylarında düşüş yaşadı. Finansal krizin ardından, Avrupa'nın payı çoğunlukla Asya'nın yararına olmak üzere düşmeye başladı. Kuzey Amerika da bundan nasibini aldı ve pazar payında 2012 yılına kadar bir düşüş yaşadı.



2011'de 639 milyar euro olarak kaydedilen Avupa'nın hayat sigortasındaki prim üretimi 2012'de 643 milyar euroya ulaştı. Ayrıca, 2011 yılında olduğu gibi 2012'de de Avrupa'da hayat sigortası primlerinin neredeyse yüzde 70'ini İngiltere, Fransa, Almanya ve İtalya elde etti.

Avrupa'da hayat sigortası tazminat miktarıysa 2012 yılında yüzde 3 oranında artarak 647 milyar euroya ulaştı.

Avrupa'da hayat dışı branşta 2011 yılında yüzde 1.1 oranında artan prim büyüklüğü artış trendini sürdürerek 2012 yılında da yükseldi. Buna göre bir önceki yıl 439 milyar euro olan hayat dışı prim büyüklüğü 2012 yılında 451 milyar euroya ulaştı.

2012 yılında Avrupa'da hayat dışı sigortalarda ödenen tazminat ve hasar miktarıysa 302 milyar euro olarak kaydedildi. Hayat dışı prim üretimi büyüklüğünde olduğu gibi ödenen tazminat ve hasar miktarı sıralamasında da Almanya, Fransa, İngiltere, Hollanda ve İtalya ilk beş ülkeyi oluşturuyor.

GÜLŞAH ÖZYUVALI
gulsah@sigortacigazetesi.com.tr

Dünya Ekonomik Forumu'nun 'Küresel Riskler 2014' raporuna göre, 2008'deki ekonomik kriz çok geride kalmış olsa da birçok kişi hâlâ olası bir mali krizden korkuyor.

Forumun anketine katılanları en çok endişelendiren diğer riskler arasında yüksek işsizlik oranı, düşük istihdam ve olası su krizleri dikkat çekiyor.



EKONOMİK KRİZ İHTİMALİ HÂLÂ ENDİŞELENDİRİYOR

2014 yılındaki küresel riskler



21'İNCİ yüzyıldaki giderek hızlanan değişimler, ülkeleri, meslekleri ve ekonomileri daha iyi altyapılar, hızlı ve etkili iletişim yöntemleri, yakın ticari ilişkiler ve yatırım fırsatları aracılığıyla çok daha sıkı bir şekilde birbirine bağladı. İnternet ve mobil telefonlar üretimi artırdı ve yeni iş fırsatları yarattı, bunların yanı sıra bilgiye ulaşmayı da oldukça kolaylaştırdı. Ekonomik büyüme milyonlarca kişiyi yoksulluktan kurtardı. Ancak her şeyin bu kadar birbirine bağlantılı olması, tüm bu kazanımların yok olması riskini de beraberinde artırıyor. Örneğin ekonomik büyüme, engellenemez bir şekilde ekosistem, biyo-çeşitlilik ve iklim üzerinde oluşturduğu yan etkilerle kendi temellerini yok ediyor. Dijital dünyadaki bozulmalar da, dünyadaki diğer sorunlar kadar büyük etkiler yaratıyor. Küresel riskler, sadece kendi alanlarında değil, diğer tüm alanlarda da sistematik bir şekilde çöküş yaratabiliyor.

Küresel riskler doğru bir şekilde tanımlanamazsa, bu risklerin doğuracağı olası sosyal, ekonomik ve siyasi sonuçlar, tıpkı 2007-2008 yıllarında yaşanan ekonomik krizin hâlâ devam eden etkileri gibi ciddi boyutlara ulaşabilir. En önemli risklerin sistematik doğasının, küresel olarak koordine ancak yerel olarak esnek prosedürlere ve kurumlara gereksinimi vardır. Finans, tedarik zincirleri, sağlık, internet ve çevre sistemleri giderek daha bağımsız ve komplike bir hal alırken, dirençlilik seviyelerine göre bu sistemler küresel istikrarın koruyucuları ya da üst üste yaşanacak şokların tetikleyicileri haline gelebilir. Bu direnci yükseltmek için sektörler, devlet ve sivil toplum arasında uluslararası işbirlikleri kurulması gerekiyor.

Dünya Ekonomik Forumu'nun yayınladığı "Küresel Riskler 2014" raporu, küresel riskleri yönetebilmek için gereken süreci desteklemeyi hedefliyor. Rapor, risklerin sistematik doğasını daha iyi anlamayı ve uyandırdıkları endişe seviyesine, gerçekleşme ihtimallerine ve olası sonuçlarına göre geniş çaplı bir anket neticesinde ortaya çıkan 31 küresel riski tanımlıyor. Katılımcıları en çok endişelendiren riskler, büyük ekonomilerde doğabilecek mali krizler, yüksek işsizlik oranları ve su krizleri olarak dikkat çekiyor.

ÇEVRESEL VE EKONOMİK RİSKLER KORKUTUYOR

Gerçekleşme ihtimali en yüksek ve olası sonuçları korkutucu boyutlarda olabilecek riskler ise genelde çevresel ve ekonomik riskler olarak tanımlanıyor. Kötü hava koşullarından kaynaklanan olayların giderek sıklaşması, iklim değişikliklerinin etkilerini azaltacak stratejilerde ve bunların adaptasyonunda başarısız olunması, su krizleri, gelir dağılımında ciddi eşitsizlikler, yüksek işsizlik oranı ve düşük istihdam ve büyük ekonomilerde doğabilecek mali krizler bu riskler arasında bulunuyor. Ankete katılan kadınlar, tüm global riskleri erkek katılımcıların değerlendirmelerine göre daha olası ve daha ciddi sonuçlar doğurabilir olarak nitelendirdi. Genç katılımcılarsa neredeyse tüm küresel risklerin olası sonuçlarını diğer katılımcılara göre çok daha ciddi seviyelerde bulduğunu belirtti.

Kurumlara duyulan güvenin azalması, liderlik eksikliği, devam eden cinsiyetler arası eşitsizlik ve yanlış data yönetimi de katılımcılar tarafından dikkat edilmesi gereken trendler olarak belirtildi. Uzmanlar daha uzun vadeli endişelerini paylaşarak bu trendlere farklı kirlilik türlerini ve sentetik biyoloji, otomatik cihazlar ve 3-D modelleme gibi yeni teknolojilerin kullanımında istismarı ya da olası kazaları ekledi.

Ekonomik, toplumsal ve çevresel riskler, ankete katılanları en çok endişelendiren küresel riskler arasında en baskın olanlar. Mali krizler ise listenin en üst sırasında yer alıyor. Euro bölgesindeki pek çok ülkenin borçlarını ve mali açığını kapamak için gösterdiği çabaya rağmen, olası bir mali krize dair endişeler devam ediyor. Bu endişeleri ABD ve Japonya'daki yüksek kamu borçları da tetikliyor, bunun yanı sıra mali krizlerin küresel ekonominin istikrarını ciddi bir şekilde etkilediği de herkes tarafından bilinen gerçek olduğu için birçok insanı korkutuyor. ABD'li yatırım bankası Lehman Brothers'ın geniş çaplı sorunlara yol açarak batmasından beş yıl sonra, büyük bir finansal mekanizma ya da kurumun başarısızlığı da, birçok bankanın mal varlığının belirsizliğini korumasından ötürü hâlâ ankete katılanları en çok endişelendiren risklerin arasında yerini alıyor.

GENÇLER VE AZINLIKLAR İÇİN İŞ BULMAK DAHA ZOR

Hakkında en çok endişelenen ikinci risk ise yüksek işsizlik oranı ve düşük istihdam olarak göze çarpıyor. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde birçok kişi iş bulmak için çabalıyor. Özellikle gençler ve azınlıklar bu riske karşı daha savunmasız oluyor. Gençler arasındaki işsizlik oranı yüzde 50 civarlarında seyrediyor, özellikle gelişmekte olan ve gelişme potansiyeli taşıyan ülkelerde kalitesiz iş

imkanlarından ileri gelen düşük istihdam da yaygınlığını koruyor.

Toplumsal açıdan işsizlik oranına benzeyen bir risk olan gelir dağılımında ciddi eşitsizlikler de katılımcıları tedirgin ediyor. Bu risk, gelişmiş ülkelerde Büyük Durgunluk (Great Recession) hakkında endişelerin yanı sıra toplumun orta sınıfında yaratmış olduğu baskıya dair endişeleri de beraberinde getiriyor. Aynı zamanda küreselleşme, gelişmekte olan ve gelişme potansiyeli taşıyan ülkelerde gelir dağılımında kutuplaşmayı da tetikliyor. Bu durum, Brezilya ya da Asya ve Afrika'daki daha fakir ülkelerde açık bir şekilde görülen gelişmeye rağmen geçerliliğini sürdürüyor.

2014'te en çok endişe uyandıran 10 küresel risk

1	Büyük ekonomilerde doğabilecek mali krizler
2	Yüksek işsizlik oranı ve düşük istihdam
3	Su krizleri
4	Gelir dağılımında ciddi eşitsizlikler
5	İklim değişikliklerinin etkilerini azaltacak stratejilerde ve bunların adaptasyonunda başarısız olunması
6	Kötü hava koşullarından kaynaklanan olayların giderek sıklaşması (sel, fırtına, yangın, vb.)
7	Küresel yönetimde başarısızlık
8	Gıda krizleri
9	Büyük bir finansal mekanizma ya da kurumun başarısızlığı
10	Politik ve sosyal istikrarsızlıklar

ÇEVRESEL RİSKLERİN YARATTIĞI ENDİŞE ÖN PLANDA

Bu yılın listesinde çevresel riskler önemli bir yer tutuyor, en endişe duyulan 10 riskin 3'ünü bu tür riskler oluşturuyor. Örneğin, su krizleri, ankete katılanları en çok endişelendiren üçüncü küresel risk. Bu durum, yanlış yönetim ve ekonomik aktiviteyle nüfus artışı sebebiyle zaten sınırlı olan su kaynağı için yaşanan rekabet sebebiyle ortaya çıkan küresel su krizine dair farkındalığın arttığına dikkat çekiyor. Seller ve kuraklık gibi kötü hava koşulları sonucunda gerçekleşen olaylar da listeye altıncı sıradan giriyor, bu riskin olası etkileri günümüzde de zaten yaşanıyor.

Listede beşinci olarak yer bulan iklim değişikliğiyse, kötü hava koşullarından kaynaklanan sel ve kuraklık gibi olayların sıklığının artmasını tetikleyen temel etken. Bu çevresel risklerin, listede sekizinci sıradaki yiyecek krizleri ile onuncu sıradaki politik ve sosyal istikrarsızlıklar gibi risklerle birleşmesinin doğurabileceği sonuçların da göz önüne alınması gerekiyor. Ayrıca, küresel risklerin ancak uluslararası işbirlikleri sonucu etkili bir şekilde tanımlanabileceği düşünüldüğünde, en çok endişe uyandıran yedinci küresel risk olarak global yönetimde başarısızlık olması çok da şaşırtıcı değil.

DEMOGRAFİK ENDİŞELER DE KATILIMCILAR ARASINDA YAYGIN

Bu yıl ankete katılanlara, araştırmaya açıkça dahil edilmemiş diğer küresel riskler olup olmadığı da soruldu. Üç geniş kategoride düzenlenen bu riskler, katılımcılar tarafından en çok değinilen çekinceleri belirliyor. Yaşlanan bir toplumun yaratacağı sıkıntılar ve başa çıkılamayan hızlı nüfus artışı gibi demografik trendler, bu üç kategorinin ilkini oluşturuyor. Yönetilemeyen göç akımları, aşırı nüfus yoğunluğu ve enerji krizleri de katılımcıları korkutan riskler arasında.

Gerçekleşmesinden korkulan toplumsal riskler arasındaysa sosyal yapının bozulması, kurumlara duyulan güvenin azalması, liderlik eksikliği ve devam eden cinsiyetler arası eşitsizlik vardı. İdeolojik kutuplaşma, fanatiklik ve iç savaş da küresel riskler olarak katılımcılar tarafından sıklıkla gündeme taşındı. Bu kategorideki bazı endişeler gençlerin geleceğine dairdi; alacakları eğitimin kalitesi ve eğitime ulaşabilirlikleri, yeni nesillerin muhalifleşmesi ve gençler arasındaki işsizlik oranı da bahsi geçen kaygılar arasındaydı. Teknolojik endişeler olaraksa yanlış data yönetimi, özel hayatın ihlali, gözetimin artması ve yeni teknolojilerin kötüye kullanımı gündeme geldi.

PLASTİK ATIKLAR CİDDİ RİSK TAŞIYOR

Katılımcıların saydığı tüm bu risklerin dışında, sigorta sektöründen risk uzmanları da dikkate almaya değecek ve önemli risklere dönüşebilecek bazı trendlerin altını çizdi. Bunların çevresel olanlarının ilki çevre kirliliği; özellikle plastik atıkların yarattığı kirlilik zamanla denizlerdeki ekosistemi zayıflatabilir ve sahil şeritlerinin kirlenmesine yol açabilir, bu sebeple insan sağlığının ve ekosistemlerin kalıcı hasarlar görmesi de söz konusu olabilir. Başka bir trend olan, yağ kumları ve killi şistler gibi enerji girişi, ücreti ve çevresel etkisi açısından konvansiyonel kaynaklarda kullanılanlardan farklı işlem ve teknolojiler gerektiren konvansiyonel olmayan yağ ve doğalgaz kaynaklarının da takip edilmesinde fayda var.

Yavaş yavaş belirmeye başlayan bazı riskler de yeni teknolojilerin kullanımıyla alakalı. Bunlara örnek olarak nano teknolojilerde kullanılan malzemelerin uzun vadede zehirli olma potansiyeli, 3-D modellemenin gelecekteki evrimi ve etkileri ile insansız araçların geniş çaplı kullanımının potansiyel etkileri sayılabilir. Teknolojinin kötüye kullanılması durumunda karşılaşılabilecek olası etkiler ya da sentetik biyoloji alanında gerçekleşebilecek bir kaza, varoluşsal bir riske bile sebebiyet verebilir.

KRİZİN ETKİLERİ HÂLÂ SÜRÜYOR

Risk uzmanları, ekonomik bazı endişelerinden de bahsetti. 2008 krizinin bir sonucu olarak, birçok ülkenin merkez bankası oldukça gevşek para politikaları uygulamaya başladı. Yüksek enflasyon gibi teorik korkular şimdiye kadar belli bir ölçüde kontrol altına alınmış da olsa, merkez bankalarının daha sıkı para politikaları uygulaması bekleniyor. Bunun sonucunda oluşacak yüksek faiz oranları sebebiyle mülk fiyatlarında, sermaye akışında ve döviz kurunda dalgalanmalar görülmesi riskinin yanı sıra, devlet borçlarında artış yaşanması riski de uzmanların değindiği endişeler arasında bulunuyor.

2013 Küresel Riskler Raporu'nda "uzun yaşamanın yarattığı maliyet" dikkat edilmesi gereken önemli bir risk olarak ön plana çıkarılmıştı. Tıbbi gelişmelerle beraber artan ortalama insan ömrünün beraberinde getirdiği riskler hâlâ geçerliliğini koruyor. Yaşlı bireylerin emeklilik dönemlerinde geçinmek için yeterli geliri olmaması, uzun vadeli bakım ve sağlık masraflarının artması bu riskler arasında. Benzer bir problem olarak, görülen aşırı kiloluluk ve obezite oranlarındaki artış büyük bir masraf yaratma riski taşıyor.

RENK ÖZCAN renk@sigortacigazetesi.com.tr

OBAMA'DAN İKLİM RİSKLERİNE KARŞI 1 MİLYAR $'LIK FON



ABD Başkanı Barack Obama, ülkeyi etkileyen hava koşullarının yaralarını sarmak için bir takım çalışmalar yapıldığını belirtti. 2015'te bütçeden 1 milyar dolarlık bir fon ayrılacağının özellikle altını çizdi.

BusinessGreen adlı internet sitesinin haberine göre, ABD Başkanı Barack Obama, daha önce İngiltere Başbakanı David Cameron'un da uyguladığı gibi, iklimsel risklere direnç sağlayan hükümet fonunu artırmaya çalışıyor. Obama, Atlantik'in diğer kıyısında yaşanan seller ve kuraklığın verdiği tahribatla büyük ölçüde mücadele edebilmek için harcamaları artırmayı planlıyor. Ülkenin yüzde 91 kuraklık riski altındayken, kuraklığın etkilediği bölge olan Kaliforniya'yı ziyaret eden Obama, 2015 bütçe tekliflerinin 1 milyar dolarlık iklim esnekliği fonu içereceğini duyurdu. Obama kuraklıktan etkilenen çiftçilere de yardım için 100 milyon dolarlık bir fon ayrılacağını vurgularken, su sıkıntısı yaşayan ailelere yardımcı olmak için de gıda bankalarından 60 milyon dolarlık destek alınacağını belirtti. Obama konuyla ilgili olarak, değişen hava koşullarıyla beraber, kuraklık, orman yangınları, fırtınalar ve taşkınların giderek şiddetleneceğini, bunun maliyetinin ağır olacağının bilincinde olunması gerektiğini söyledi. Taşkınlarla ilgili önlem planlarının Kaliforniya eyaletinde tamamlandığına dikkat çeken Obama, bilimsel verilerin gösterdiğine göre, değişen iklim şartlarının ülkeyi hâlâ sorlayabileceğini ve konuya daha fazla hassasiyet gösterilmesi gerektiğini vurguladı.

Obama, karbon kirliliğiyle daha fazla mücadele edilmediği müddetçe, iklim değişikliklerinin sebep olduğu olumsuzlukların daha da artacağına dikkat çekti. Beyaz Saray'ın açıklamasına göre, önerilen fon, hem iklimsel risk araştırmalarını destekleyecek hem de iklimsel risklere direnç sağlayan önlemlere yatırım yapılmasına yardımcı olacak.

SİM BORA sim@sigortacigazetesi.com.tr

Çin, yabancı sigortacıların yatırım alanlarındaki kısıtlamaları gevşetiyor

Reactions Dergisi'nin haberine göre, Çin'in sigorta sektörü düzenleyicisi kurumu, sigorta şirketlerinin aktifleri üzerinden özel hisse senetlerine yatırım yapma imkânını yüzde 5 artırdı. Bu durumun Çin'in hisse senetleri piyasasını destekleyeceği ümit ediliyor. Sigortacılar şimdi yüzde 25 yerine, aktiflerinin yüzde 30'unu hisse senetlerine yatırabilecek. Çin Sigorta Düzenleme Komisyonu tarafından 19 Şubat 2014 tarihinde duyuruldu.

TSB Başkanlığı'na aday iki isim belli oldu

Groupama Sigorta ve Groupama Emeklilik Genel Müdürü Ramazan Ülger ile Allianz Türkiye'nin CEO'su Solmaz Altın Türkiye Sigorta Birliği'nin başkanlığına aday oldu.


Ramazan Ülger


Solmaz Altın

Toplam 70 üyesi bulunan Türkiye Sigorta Birliği'nin yeni başkanı 11 Nisan 2014 tarihinde gerçekleştirilecek Olağan Seçimli Genel Kurul Toplantısı'nda belirlenecek. Ramazan Ülger, 2009 yılında Groupama Sigorta ve Groupama Emeklilik'te Acenteler, Bölgeler ve Tarım Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak göreve başladığı şirkette, 2012 yılından itibaren genel müdür olarak görev yapıyor. Ülger, bu görevinin yanı sıra Tarım Sigortaları Havuz İşletmesi (TARSİM) Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Türkiye Sigorta Birliği Denetim Kurulu Başkanı görevine de devam ediyor.

2009 yılından beri Allianz'ın Türkiye üst yönetiminde görev alan Solmaz Altın, Temmuz 2013 tarihinden beri Allianz Türkiye CEO'su ve 1 Ocak 2014 itibariyle Allianz Grubu'nun Uluslararası İcra Komitesi'nin üyesi olarak görev yapıyor.

Sigorta ve Reasürans Brokerleri Derneği yönetiminde yeni dönem

Sigorta ve Reasürans Brokerleri Derneği'nin gerçekleştirdiği 4 Mart 2014 tarihli Olağan Genel Kurul toplantısında, 2014-2016 dönemi Yönetim Kurulu seçildi. 7 Mart 2014 tarihinde ise Yönetim Kurulu'nun ilk toplantısı gerçekleşti. Toplantıda varılan kararlar sonucunda görev dağılımı şu şekilde gerçekleşti: Başkan; Mehmet Genç (APRIL GENÇ), Başkan Yardımcısı; Mert Yücesan (MARSH), Genel Sekreter; Cem Çolak (IBS), Sayman; Besim Şener (AKTİF), Üye; Betül Delibalta (BÜYÜKKAYA), Üye; Nejat Tolunay (AON), Üye; Levent Nart (NART).



GESİD Yönetim Kurulu üyeleri ve misafirleri THY'den uçuş eğitimi aldı

GESİD Yönetim Kurulu üyeleri ve misafirleri 7 Mart'ta, Türk Hava Yolları'na ait Uçuş Eğitim Başkanlığında, simülasyon eğitimine katıldı. GESİD Yönetim Kurulu Üyesi olan ve aynı zamanda THY'de Sigorta Müdürü olarak görev yapan Zekeriya Dur'un ev sahipliğinde gerçekleşen eğitimde, yönetim kurulu üyeleri ve misafirleri Boeing 737-800 kullanma fırsatını yakaladı. Tecrübeli pilot eğitmenleri, yönetim kurulu üyeleri ve misafirlerini uçuş konusunda bilgilendirdiler. Uçak kullanma etkinliğinden sonra kabin hizmetleri konusunda alınan eğitim ile program tamamlanarak, tüm katılımcılara sertifikaları dağıtıldı. Eğitimin ardından katılımcılar farklı bir deneyim yaşadıklarını dile getirdiler. THY'ye ait eğitim merkeziyle gururlandıklarını dile getiren katılımcılar, THY ile uçmanın güvenini hissetmelerinin tesadüf olmadığını ve bu eğitim ile bunun daha da pekiştiğini ifade ettiler.



Eureko Sigorta - SAP işbirliğinde ilk adım atıldı



Eureko Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Wieger Wagenaar, Eureko Sigorta olarak sektöre öncülük edecek uygulamaları hayata geçirmeyi sürdürecekleri söyledi.

Eureko Sigorta, finans altyapısının dönüşümü için SAP ile işbirliği yaptı. Şirket, gerçek zamanlı veriler üzerinde çalışma imkânı sunan SAP HANA ile bilgi işlem uygulamalarının süresini kısaltarak verimliliği artırmayı hedefliyor. HANA teknolojisiyle, bölge, dağıtım kanalı, ürün, branş, poliçe, sigortalı ve sigortalayan bazında kâr merkezi raporlaması yapabilen sektördeki ilk şirket olduklarını belirten Eureko Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Wieger Wagenaar şöyle konuştu: "Bu projenin sağladığı etkin kâr merkezi masraf hesaplamaları sayesinde tüm dağıtım kanallarında ve segmentlerde genel gider ve mali gelir sonrası kârlılığa ulaşabiliyoruz. Bu sayede hem şirketimizin muhasebe kayıtları daha şeffaf hale geliyor hem de operasyonel risk azalıyor. Aynı zamanda istediğimiz tüm unsurları dahil ederek raporlama yapabiliyoruz. Bir sonraki adımda bütçe planlama, satın alma ve insan kaynakları yönetimini de proje kapsamına dahil etmeyi planlıyoruz. Eureko Sigorta olarak sektöre öncülük edecek uygulamaları hayata geçirmeyi sürdüreceğiz."

SAP MÜŞTERİYE DOĞRU FİYATLAMA AVANTAJI SAĞLIYOR

Eureko Sigorta, SAP HANA teknolojisine geçişle birlikte planlama ve analiz süreçlerini sistem üzerinden gerçekleştirecek. SAP HANA projesinin, manuel hata riskini azaltma, kontrol ve onay süreçlerinde otomasyon ve standardizasyonu sağlama açısından önemli kazanımlar sunduğunu belirten Eureko Sigorta Mali İşler ve Risk Yönetimi Direktörü Semra Ensari şunları ifade etti: "Sistem üzerinden her türlü dağıtım kanalına ve segmente ait gelir ve gideri görebiliyoruz. Verilere gerçek zamanlı ulaşabildiğimiz için analize daha çok zaman ayırabiliyoruz ve müşterilerimiz için daha kısa zamanda daha doğru fiyatlama yapabiliyoruz. Ayrıca ay kapama süremiz de 9 günden 6 güne iniyor. Raporlamalara mobil cihazlardan erişilebilmesi de operasyonel kolaylık sağlıyor. Dolayısıyla bu proje sayesinde operasyonel verimlilikte ve müşteri memnuniyetinde artış sağlamayı hedefliyoruz."



Beklentilerinizi yüksek tutun!

BES katılımcıları ve sigortalıların
değişen ihtiyaçlarına uygun çözümler için
size **Adendum** yeter!

adendum.com.tr

Adendum





Bu yıl ikincisi düzenlenen Sigortacı Gazetesi ile sektörün kadın yöneticilerinin buluşması neşe içinde geçti.



Kadın yöneticilerimizle Dünya Kadınlar Günü'nü kutladık

Sigortacı Gazetesi, 2013 yılının mayıs ayında bir ilki gerçekleştirip, Ulus'taki Sunset'te sektörün kadın yöneticileriyle bir araya gelmişti. Yaklaşan yaz mevsiminin de etkisiyle oldukça keyifli vakit geçirmiş olan 30 kadın yönetici, kendileri için planlanan bu organizasyondan çok keyif aldıklarını belirtmişlerdi. Yemeğin sonunda 2014 yılı Dünya Kadınlar Günü'nde tekrar buluşma sözü verilirken, bu buluşma bu sene, 8 Mart hafta sonuna geldiği için, 7 Mart'ta yine aynı mekânda gerçekleştirildi. Yemek, kadın yöneticilerin samimi sohbeti sayesinde oldukça keyifli geçti. İş hayatından aileye, sosyal yaşamdan güncel gelişmelere kadar birçok konuda sohbet edilen yemeğin sonunda bir sonraki yıl buluşmak üzere vedalaşıldı. Biz de Sigortacı Gazetesi olarak, sektörün kadın yöneticileri için bir ilk olan 2013 yılındaki etkinliği 2014'e taşımanın gururunu yaşamış olduk.













Erken gelen bir yaz günü, Boğaz manzaralı buluşma...

Geçen ay yazarlar yemeği için Beşiktaş'ta; Akaretler'de BJK Plaza'nın çatısında yer alan Vogue Restoran'da buluştuk. Erken gelmiş bir yaz günüydü... Yemeğe gelen bütün arkadaşlar, erken yazın tadını çıkarmak için soluğu Vogue'un terasında aldı. Böyle olunca da yemek yaklaşık yarım saat gecikmeyle başladı.

İstanbul'daki ünlü restoranlar, yemekten ziyade "manzara" satarlar! Bir mekanın manzarası ne kadar "Boğaz"lıysa prestiji ve fiyatları o ölçüde artar. Vogue Restoran da manzarasını iyi satan restoranlardan biri. Manzara gerçekten muhteşem; sağ yanınızda Marmara Denizi, tarihi yarımada ve Haliç girişi, sol yanınızda Boğaziçi... Hal böyle olunca, manzara elbette fiyatlara yansıyor, ancak hakkını yemeyelim; verdikleri yemekler de oldukça lezzetliydi.

Vogue Restoran müşterilerine Türk et yemekleri ve sushi sunuyor. Arkadaşlarımızın büyük çoğunluğu Türk yemeklerini tercih ederken, Japonya'ya selam gönderenler de oldu. Tercihi "pahalı" yemekler olan David Ağabey, geçtiğimiz yemekte hiç sıkıntı çekmedi...

Geçen ayki yemekte konuğumuz yoktu, ancak bir eksiğimiz vardı; Art Direktörümüz Feyza Kırmızı Viyana sokaklarında fink atmaya gidince yemeğe katılamadı. Viyana'da operaya gitmek kendisi için bir teselli olabilir, bu da önemli elbette, ama bu erken yaz günündeki güzel muhabbeti kaçırdı. M. Emin Özcan.

sigortacı gazetesi

Güneş Reklamcılık ve Ticaret Ltd. Şti.
adına İmtiyaz Sahibi (Sorumlu)
Metin Öztürk

Yazı İşleri Koordinatörü Birant Yıldız

Yayın Danışmanları
Meral Öztürk Akbaş - M. Emin Özcan

İş Geliştirme Koordinatörü Güneş Öztürk Yılmaz

Art Direktör Feyza Kırmızı

Editör Kıvanç Özdal

Editör Yardımcısı Gülşah Özyuvalı

Haber Merkezi Renk Özcan - Sim Bora - Yeşim Yeşildiren -Seyma Orak -Duygu Ersoy - Afgan Karahan

Fotoğraf Editörleri Emir Arpağ - Kemal Genç

Reklam Müdürü Sertaç Tuzcuoğlu

Grafiker Emre Kaya

Abone / Dağıtım Emine Berber

Danışma Kurulu
Mehmet Aydoğdu - Erhan Dumanlı - David Kohen
Faruk Ömrüuzak -Timuçin Alpay - Ali Erül -
Fazıl Karaman - Mertar Demirdelen - Eşber Erülgen
Hakan Yurdakul - Mehmet Muratoğlu

Ulaştırma İrfan Yılmaz

GÜNEŞ REKLAMCILIK ve TİC. LTD. ŞTİ.
Maslak İş Merkezi Eski Büyükdere Caddesi No:37 Kat: S Maslak /İstanbul Tel: (0212) 256 67 67
Fax: (0212) 256 34 33-256 34 46
www.sigortacigazetesi.com.tr
e-mail: info@sigortacigazetesi.com.tr

Yayın Türü Yerel Süreli
Nisan 2014, İstanbul

Baskı
Duplicate Matbaa Çözümleri San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.
Maltepe Mah. Litros Yolu Sok. Fatih San. Sit.
No:12/102 Topkapı- İstanbul Tel: 0212 674 39 80

Sigortacı Gazetesi'nde yer alan yazı ve fotoğraflar önceden izin alınarak ve kaynak gösterilerek yayımlanabilir.

Müşterinin kalbine giden yoldaki önemli durak:

NİŞ ÜRÜNLER

Ürün ve hizmetleriyle fark yaratıp rakiplerinden bir adım öne geçmek için çaba sarf eden sigorta şirketleri, ihtiyaca göre hazırlanan niş ürünlerle, müşterilerin potansiyel sorunlarına uygun çözümleri sunmaya çalışıyor.

Fark yaratmak, günümüz iş dünyasında en çok önem verilen konulardan biri haline geldi. Fark yaratmanın önemli olduğu sektörlerin başında gelen sigortacılık da, geleneksel ürünlerin yanı sıra, farklı müşteri gruplarının ihtiyaçlarına göre hazırlanan niş ürünlerle de büyümek istiyor. Çözüme odaklanan niş ürünler, şirket için fark yaratırken, müşteriler için düşünüldüğünde, geleneksel ürünlerin karşılayamadığı ihtiyaçları karşılaması açısından önem arz ediyor. Sigorta sektöründe sürdürülebilir üstünlük sağlayabilmenin fark yaratmak olduğunu söyleyen Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Levent Sönmez, farklı stratejik uygulamalarının geleceğe yön vermede bir zorunluluk olduğunu dile getirdi. Eureko Sigorta Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörü Noyan Güvenç, sigorta sektörünün asıl eğiliminin niş ürünlere değil, daha çok tamamlayıcı yan hizmetlere ve müşterisini anlayan, müşterisinin yanında olan bir hizmet anlayışı yaratmak olduğunun altını çizdi. Niş ürünlerinin öneminin kimsenin fark etmediği boşluğu görmek olduğunu söyleyen AIG Sigorta Pazarlama ve İletişim Müdürü Evren Sandıkçı, bu şekilde piyasada fark yaratılabileceğinin altını çizdi.

ANADOLU SİGORTA GENEL MÜDÜR YARDIMCISI LEVENT SÖNMEZ:

Fark yaratmak sektör açısından önemli

Sigorta sektöründe sürdürülebilir üstünlük sağlayabilmenin fark yaratmaktan geçtiğini söyleyen Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Levent Sönmez, farklı stratejik uygulamaların geleceğe yön vermede bir zorunluluk olduğunu dile getirdi. Sönmez, sigorta branşında uygulanan tarifelerin rekabet üstünlüğünü sürdürmek isteyen tüm oyuncuların sektördeki yeni ürün çalışmalarına hızla devam ettiğini belirtti.

Sigorta sektörünün son yıllarda çehresinin önemli ölçüde değiştirildiğini vurgulayan Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Levent Sönmez, buna rağmen ülkemizde sigortalılık oranının henüz istenilen yere gelemediğini belirtti. Bireylerdeki sigorta bilincinin artmasının ve ekonomik gelişme sonucu satın alma gücünün yükselmesinin gerekliliğinden bahseden Sönmez, sigortalılık oranının artacağını ve müşteri ihtiyaçlarının çeşitleneceğinin altını çizdi. Sönmez, "Burada önemli olan bireylerin bir sigorta ürünü satın alırken, bütçe kriterlerinden önce ürün hakkında detaylı bilgi edinmeleri ve satın alacakları ürünün sigortacıya devretmek istedikleri tüm riskleri kapsayıp, kapsamadığını iyi öğrenmeleridir" dedi. Tüm ürün ve hizmetlerin birbirine benzer olduğu sektörlerde fark yaratmanın ve artan rekabet koşullarında öne çıkmanın önemli olduğunu vurgulayan Sönmez, rekabette proaktif olan şirketlerin asistans hizmetlerini ürünlerine entegre ederek fark yaratabileceklerini ifade etti. Yapısal reformların ve yeni finansal politikaların ülkemiz için önemli bir büyüme kaydettiğini belirten Sönmez, ülke ekonomisi için en büyük risklerin başında cari açık ve aşırı kredi kullanımı geldiğini söyledi.

'ÇALIŞMALAR HIZ KAZANIYOR'

Sönmez, ekonominin büyümesinde kilit rol oynayan KOBİ'lerin hızla gelişip uluslararası rakipleri ile rekabet edebilir hale gelmesinin önemini vurguladı. "KOBİ'lerin büyümesi ve istihdamın artmasıyla, sektör pastasından herkesin yararlanması mümkün olacaktır" diyen Sönmez, şirketlerin KOBİ'lere yönelik ürünlere ve sorumluluk sigortalarına yöneleceğini söyledi. Sönmez, kasko sigortalarında yeni ürün geliştirme çalışmalarının bu yıl daha da hız kazanacağının altını çizdi. Sönmez sözlerine şöyle devam etti: "Müşteri ihtiyaçlarını analiz ederek, bu ihtiyaçlara uygun ürünler geliştirmek ve var olan ürünlerimizi ihtiyaca en iyi cevap verecek şekilde yapılandırmak için çalışan bir ekibimiz var. Bu arkadaşlarımız, poliçe içeriklerinin anlaşılır ve sade olmasından, doğru müşteriye doğru ürün paketleri sunulmasına, müşterilerimize avantajlı kampanyalar düzenlenmesine kadar pek çok konuyu içeren çalışmalar yapmaktadır. Hizmetlerime ek olarak, içeriklerine sigortalılarımızın ihtiyaç duydukları her an yararlanabilecekleri çok sayıda asistans hizmetlerini de ekledik."



EUREKO SİGORTA DİREKTÖRÜ NOYAN GÜVENÇ:

Tamamlayıcı ve yan ürünlere önem verilmeli

Sigorta sektörüne yeni giren niş ürünlerinin piyasaya canlılık katacağını söyleyen Eureko Sigorta Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörü Noyan Güvenç, sigorta sektörünün asıl eğiliminin niş ürünlere değil daha çok tamamlayıcı yan hizmetlere ve müşterisini anlayan, müşterisinin yanında olan bir hizmet anlayışı yaratmak olduğunun altını çizdi. "Sigorta şirketleri için bireysel ve tüzel müşterilere doğru iş modeliyle ulaşıp, ürünleri makul maliyetle, doğru zamanda, doğru bir paketle, doğru kanal üzerinden kolay ve verimli bir yapıda sunmanın çok önemli olduğunu düşünüyorum" diyen Güvenç, bu doğru denklemi yakalayabilmenin başlı başına bir meziyet olduğunu ifade etti.

Güvenç, yurtdışına kıyasla ülkemizde müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayacak yeterli sigorta ürün çeşidinin olduğunu ve sektörün büyümemesinin sadece müşterilerin ihtiyaçlarının karşılanmamasıyla açıklanamayacağını söyledi. Güvenç, "Karşılaşılan en büyük engel sigorta farkındalığının çok düşük ve talebin zayıf olması. Sigorta ürünlerinin satın alımı sürecinde müşterilerin ilgili ve bilinçli olmaması da bu noktada bir dezavantaj olarak karşımıza çıkıyor. Ayrıca, ülkemizdeki ekonomik dalgalanmalar, sigortanın GSMH içindeki payının çok düşük olması ve bireylerin sigortaya ödenen parayı bir kayıp olarak görmesi gibi nedenler var. Türkiye'de sigortanın GSMH'deki payı yüzde 1,1. Bu oran gelişmiş Avrupa ülkelerinde ise yüzde 3-4 seviyesinde. Bu veriler, Türkiye'nin sigorta sektörünün önemli bir büyüme potansiyeline sahip olduğunu gösteriyor " dedi.

'GENÇ NÜFUS EĞİTİLMELİ'

Türkiye'nin çok genç ve dinamik bir nüfusa sahip olduğunun altını çizen Güvenç, genç nüfusun bu konuda eğitilmesi gerektiğini belirtti. Güvenç, bu noktada tüm sigorta şirketlerine önemli görevler düştüğünü sözlerine ekledi. "Niş ürün geliştirilecek alanlar sektörün ihtiyaçları doğrultusunda şekilleniyor ve özellikle bireysel branşlarda farklılık yaratılabilecek alanlar olarak



AIG Sigorta Pazarlama ve İletişim Müdürü Evren Sandıkçı, niş ürünlerin hizmet alanlarındaki küçük boşlukların keşfedilmesiyle ortaya çıktığını dile getirdi. Sandıkçı, şirketlerin niş ürünleriyle fark yaratması gerektiğini ifade etti.

AIG SİGORTA PAZARLAMA VE İLETİŞİM MÜDÜRÜ EVREN SANDIKÇI:

Doğru kitleye ulaşıldığında kârlı bir pazar

Niş ürünlerin hizmet alanındaki küçük boşlukların keşfedilmesiyle ortaya çıktığını dile getiren AIG Sigorta Pazarlama ve İletişim Müdürü Evren Sandıkçı, bu pazarların büyük bir pazar niteliği taşımadığını söyledi. Sandıkçı, bu pazarın ihtiyaçlarının karşılanması genelde az sayıdaki müşteriyi tatmin edebilmekten kaynaklandığını belirtti. Niş ürünlerinin önemini kimsenin fark etmediği boşluğu görmek olduğunu söyleyen Sandıkçı, bu şekilde piyasada fark yaratılabileceğinin altını çizdi.

Niş ürünlerinin hizmet alanındaki küçük boşlukların keşfedilmesiyle ortaya çıktığını dile getiren Sandıkçı, bu pazarların büyük bir pazar niteliği taşımadığını söyledi. Sandıkçı, bu pazarın ihtiyaçlarının karşılanması genelde az sayıdaki müşteriyi tatmin edebilmekten kaynaklandığını belirtti. Niş ürünlerinin önemini kimsenin fark etmediği boşluğu görmek olduğunu söyleyen Sandıkçı, bu şekilde piyasada fark yaratılabileceğinin altını çizdi.

Niş ürünlerinin hizmet alanındaki küçük boşlukların keşfedilmesiyle ortaya çıktığını dile getiren Sandıkçı, bu pazarların büyük bir pazar niteliği taşımadığını söyledi. Sandıkçı, bu pazarın ihtiyaçlarının karşılanması genelde az sayıdaki müşteriyi tatmin edebilmekten kaynaklandığını belirtti. Niş ürünlerinin önemini kimsenin fark etmediği boşluğu görmek olduğunu söyleyen Sandıkçı, bu şekilde piyasada fark yaratılabileceğinin altını çizdi.

'NİŞ ÜRÜNLERE İHTİYAÇ ARTIYOR'

Türkiye'nin sigorta konusunda gelişime açık ve genç bir nüfusa sahip olduğunu söyleyen Sandıkçı, yaşadığımız bilgi ve bilinç düzeyinin yükseldiği bir ürün çalışmalarının artarak devam edeceğini belirtti. Sandıkçı, "tamamlayıcı sağlık sigortaları" ve "asistans gibi sigorta ürünlerinin önümüzdeki yıllarda

Eureko Sigorta Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörü Noyan Güvenç, niş ürünlerinin yaptıkları çalışmada farkındalık yaratacağını söyledi. Piyasaya yeni katılan niş ürünlerin sektöre hareketlilik katacağını ifade eden Güvenç, ancak bunun tek başına sektöre önemli bir katkısının olacağını beklemenin doğru olmadığını belirtti.

karşımıza çıkıyor" diyen Güvenç, yeni hizmetler geliştirmenin ve bu alandaki farkı ortaya koymanın önemli olduğunu söyledi. Güvenç, sektörde doğru ürünün doğru müşteriye doğru kanaldan, doğru fiyatlı ve paketlerde sunmanın asıl meziyet ve farklılaştıran unsur olduğunu vurguladı. Güvenç sözlerine şöyle devam etti: "Örneğin, online kanalda ürünleri sade ve basit bir şekilde anlatmak önemliyken, ATM'lerde işlem yapan kişinin ilgisini çekecek doğru teklif ekranını oluşturmak önem kazanıyor. Çağrı merkezi tarafından da müşterilere çok net bilgi verilerek onay alınması ve ilgi çekecek noktaların ön plana çıkarılması, ürün satışı sonrası yapılacak hoşgeldin aramaları ile gibi müşterinin bilgilendirilmesi şirketlerin hizmet anlayışını ortaya koyuyor. Tüm bu farklı kanallardaki ihtiyaçları görerek buna uygun strateji oluşturmak da farklılığı beraberinde getiriyor."
Güvenç, banka sigortacılığının çok daha derin uzmanlık gerektirdiğini söyledi. Banka kanalının hak ettiği yere gelmesi gerektiğini belirten Güvenç, bu açıdan iş modeli ile iş yapış şekillerinin sürekli farklılaştırma ve iyileştirme çabasında olduklarını ifade etti. Güvenç, "Ürün aynı olsa da satış sonrası hizmetler ve hasar yönetimi ile farklılık yaratacak bir strateji oluşturmak şirketleri farklı bir konuma erştiriyor. Biz de riski doğru algılamadaki uzmanlığımız, güçlü teknolojik altyapımız ve dengeli portföy dağılımımızla hasarı en iyi ve en hızlı yöneten sigorta şirketi olmayı hedefliyor, bu alanda farklılık yaratmak, niş bir hizmet sunmak için çalışıyoruz. Ürün içerikleri benzeşse de hizmet ve uzmanlık farklılığının önümüzdeki dönemde pazarda en önemli farklılaştırıcı nokta haline geleceğini düşünüyoruz" dedi.



İşe yeni girene otomatik BES

Bireysel Emeklilik Sistemi (BES), 2013 yıl başı itibarıyla yüzde 25'lik devlet katkısıyla beraber hızla büyüdü. Günümüzde, Bireysel Emeklilik Sistemi'ne yönelik yeni bir uygulama daha planlanıyor. Şimdilerde, sisteme teşvik sağlayıp, bu artış trendini daha da yükseltmek için işe yeni girenlerin zorunlu olarak BES'e dahil edilmesi gündemde. Buna göre, işe yeni başlayan herkes, sisteme katılmak zorunda olacak fakat poliçeyi devam ettirip ettirmemek de gönüllü olabilecek. Bu uygulamayla hedeflenen, bireysel emekliliği herkese tanıtarak, Türkiye'deki tasarruf oranlarının artırılmasını sağlamak. 'Otomatik Katılım' uygulaması için gönüllü olacak şirketler ile emeklilik şirketleri arasında bir anlaşma yapılacak. Herhangi bir şirket, işe yeni başlayan çalışanını sosyal güvenlik sistemine aldıktan sonra, anlaştığı emeklilik şirketinden zorunlu olarak BES sözleşmesi yapmasını isteyecek. Bu kişi daha sonra sistemde kalmak isterse ödemelerine devam edecek, eğer istemezse poliçesini iptal edebilecek. 'Otomatik Katılım' uygulamasında çalışana sunulan emeklilik planları işveren katkılı veya katkısız olabiliyorken, bu sistemin ana yararının, kişileri BES'e girmeye daha etkin şekilde teşvik etmek olduğu belirtiliyor. BES'e bu yöntem ile girenlerin büyük çoğunluğunun sisteme devam ettiği ise diğer ülke örneklerinde görülüyor. Uygulamanın, hem birey hem sektör için olumlu sonuçlar doğuracağı görüşler arasındayken, en önemli noktalardan birinin uygulama sürecinin sonrasının dikkatle planlanması olduğu da özellikle vurgulanıyor.
Öte yandan auto enrollment adıyla birçok ülkede başarıyla seyreden bu uygulamayla çalışanların, kendileri için daha mutlu gelecekler yaratmalarına imkan sağlanacağının altı çiziliyor. Yurtdışında şu ana dek başarıyla uygulanan "Otomatik Katılım" fikrinin ülkemizde de yeteri kadar tartışılıp olgunlaştıktan sonra hayata geçebileceği söyleniyor.

TÜSİAD, Risk Yönetimi ve Sigorta konusunu tartıştı

TÜSİAD, dünyada ve Türkiye'de risk yönetimi uygulamaları ve risklerin transferinde sigorta kullanımı konularını tartışmak amacıyla, 14 Mart Cuma günü İstanbul'da Milli Reasürans Konferans Salonu'nda bir panel düzenlendi. Panelde "Dünya Ekonomi Forumu 2014 Küresel Risk Raporu"nun tanıtımı yapıldı. Dünya Ekonomi Forumu tarafından yayımlanan Küresel Risk Raporu, 2006'dan bu yana küresel koşulları şekillendiren risklerin analizlerini ve bu risklerin etkileşimlerinin olumsuz sonuçlarını sunuyor. 2014 Küresel Risk Raporu, ilerideki 10 yıllık döneme yönelik 5 ana risk kategorisinde 31 küresel riskin hem gerçekleşme olasılığını hem de etki gücünü ölçümlüyor. Rapor bu sayede hangi risklerin önceliklendirilmesi gerektiğine ışık tutuyor.
"Risk Yönetimi ve Sigortacılık" başlıklı panelin açılış konuşması TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tayfun Bayazıt tarafından gerçekleştirildi. MARSH Sigorta ve Reasürans Brokerliği sponsorluğunda yapılan panelin ilk bölümünde MARSH Risk Danışmanlığı Avrupa, Orta Doğu ve Afrika Yönetici Direktörü Eddie McLaughlin tarafından Dünya Ekonomi Forumu 2014 Küresel Risk Raporu'nun tanıtımı yapıldı. MARSH Sigorta ve Resürans Brokerliği CEO'su Mert Yücesan'ın başkanlığını yaptığı panelin ikinci bölümünde, Türkiye'de risk yönetimi ve sigorta uygulamaları konuları tartışıldı.



Panelin açılış konuşmasını TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Tayfun Bayazıt yaptı.

Orhun Emre Çelik yeniden başkan

Aktüerya biliminin Türkiye'de gelişimine katkıda bulunmak amacıyla kurulmuş olan Aktüerler Derneği'nin olağan genel kurulu 20 Mart'ta TSB Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi. Genel kurulu yönetmek üzere oluşturulan başkanlık divanına, Ergün Türker (Başkan), Damla Çimen ve Damla Barlas Pınıldak seçildi. Seçilen yeni yönetim kurulunda Orhun Emre Çelik Başkan olurken, Alper Ünlenen Başkan Yardımcılığı, Tayfun Matkap Genel Sekreterlik, Şirzat Çetinkaya Saymanlık ve H. Kerem Özdağ Halkla İlişkiler, Organizasyon ve Eğitim Sorumluluğu görevlerini üstlendiler. Alınan karara göre, AB kurumları ile aktüerlik mesleğiyle ilgili konuları birlikler adına mevcut ve önerilen AB mevzuatı çerçevesinde müzakerelerde temsil etmek üzere kurulan Avrupa Aktüerler Birliği ve Uluslararası Aktüerler Birliği ile ilişkilerin geliştirilmesi konusunda Dernek Genel Sekreteri Tayfun Matkap tam yetkili kılındı.



Şirzat Çetinkaya, Kerem Özdağ, Alper Ünlenen, Orhun Emre Çelik, Tayfun Matkap.

Emeklilikte Tasarruf Bahçeleri Modeli

Hazine Uzmanı Hüseyin Ünal ve Hazine Uzmanı Yardımcısı Murat Keten tarafından Türkiye'de özel emeklilik sisteminin örgütsel yapısının yeniden tasarımına ilişkin bir model araştırması yapıldı: Tasarruf Bahçeleri Modeli. Türkiye'de ikinci ve üçüncü basamak emekliliği kapsayan özel emeklilik sistemine yönelik geniş kapsamlı çalışmalar literatürde bulunmuyor. Daha çok üçüncü basamakta yer alan Bireysel Emeklilik Sistemi'ne ilişkin çalışmalar yapılmakta, ikinci basamak emeklilik sistemine ve bu basamakta yer alan kuruluşlara çalışmalarda kısmen değiniliyor. Çalışmalarda genellikle, ikinci basamakta az sayıda kuruluşun faaliyet gösterdiği belirtilirken, bu alana ilişkin veri yetersizliğinden yakınılıyor. Bu çalışmada, Türkiye'de parçalı bir yapı arz eden ve bütünleştirici bir yasal çerçeveden yoksun bulunan ikinci basamak emeklilik sistemine ilişkin genel resim ortaya konulurken, özel emeklilik sistemleri bütüncül bir bakış açısıyla ele alınıyor. Özü itibarıyla uzun vadeli bir tasarruf sistemi olan özel emeklilik sistemlerindeki birikimlerin ülke kalkınması açısından doğrudan reel sektörün finansmanında kullanılması, üretime ve istihdama katkı sağlamasının önemli olduğu kaydedildi. Özel emeklilik sisteminin yapısal problemleri ve aksayan yönlerinin iyileştirilmesi hususu da göz önünde bulundurularak, tasarrufların doğrudan ve düşük maliyetle reel sektöre kanalize edildiği bir model tasarlandığı ifade edildi.

'Sigorta sektörünün büyümesi için yeni ürünler geliştirilmeli'

Sigortacılık ve Bireysel Emeklilik Zirvesi'nde düzenlenen "Sektöre Yön Verenler" panelinde sektördeki rekabet gündemdeydi. Teknolojinin sektörü büyütmek adına önemli bir araç olduğu konusunda tüm katılımcılar hemfikir olurken, yeni ürünler geliştirilerek piyasaya sunulmasının önemi de vurgulandı.



ORACLE Sigortacılık ve Bireysel Emeklilik Zirvesi, 13 Mart'ta Four Seasons Bosphorus Hotel'de gerçekleştirildi. Zirvede en dikkat çekici bölüm ise moderatörlüğünü Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi Müdürü Aydın Satıcı'nın yaptığı "Sektöre Yön Verenler" paneliydi. Allianz CEO'su Solmaz Altın, Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin, Zurich Sigorta CEO'su Yılmaz Yıldız ile Fiba Emeklilik ve Hayat Genel Müdürü Ömer Mert panelistler arasındaydı.

Şirketler arasında acımasız bir fiyat rekabeti olduğundan dem vuran Aydın Satıcı, "Rekabet yüzünden şirketlerin de müşterilerin de odağı fiyat haline geldi. Müşteriler sürekli trafik sigortasının ne kadar pahalı olduğundan şikayet ediyor, ancak 250 liraya satılan trafik sigortası 2.5 milyon liralık riski karşılıyor. Sürekli oto sigortalarına odaklanıldığı için piyasada birçok ürün yer bulamıyor. Yurtdışındaki bütün ürünler Türkiye'de de mevcut, ancak bunlar bilinmiyor" şeklinde konuştu.



Soldan sağa katılımcılar: Aydın Satıcı, Solmaz Altın, Ömer Mert, Serhat Süreyya Çetin, Yılmaz Yıldız.

'SÜRDÜRÜLEBİLİR KÂRLILIK, REKABET SEBEBİYLE ZORLAŞIYOR'

Rekabetin çok ciddi bir boyuta ulaştığına katılan Serhat Süreyya Çetin ise, şunları söyledi: "Sigorta sektörü denince akla ilk olarak kârlılık ve büyüme geliyor. Sektörde büyüme elbette olacak, ancak mevcut rekabet ortamında sürdürülebilir kârlılığa ulaşmak çok zor. Bu çok büyük bir tehdit, Türk sigorta sektörünün taşıdığı potansiyel bu tehdidi de beraberinde getiriyor." Teknolojinin sektörü büyütmek adına önemli bir araç olduğuna da değinen Çetin, teknolojinin getirdiği satış kanallarının gelişeceğini, ancak önemli olanın bunların nasıl kullanılacağı olduğunu vurguladı. Tüm şirketlerin artık sosyal medyayı aktif bir şekilde kullandığından söz eden Çetin, buna rağmen bu alanda müşterinin işine yarayacak uygulamaları olan şirket sayısının çok az olduğuna dikkat çekti.

'BÜYÜME YAVAŞLAYACAK'

Panelde konuşan Solmaz Altın, siyasi çalkalanmalar ve döviz kurundaki artış gibi faktörler sebebiyle bu yıl Türkiye'de sigorta sektörünün büyümesinin yavaşlayacağını ifade ederek şirketlerin zarar edebilecekleri bir durumla karşı karşıya kalabileceğini kaydetti. Altın, daha sonra sigortacılıkta teknolojinin öneminden bahsederek, "Dijital günümüzde artık sadece bir sistem ya da dağıtım kanalı değil, bir yaşam biçimi haline geldi. Facebook'u dahi demode gören Z nesline nasıl sigorta satabileceğimize kafa yormamız gerekiyor. Müşteri nereye gitmek isterse biz de orada olmalıyız. Buna ayak uydurmak için kendimizi değiştirmemiz gerekiyor, acentelerimizin de bu yeni çağa ayak uydurmasını sağlamalıyız. Acentelerimiz de ancak bu şekilde ayakta kalabilirler" dedi.

'YABANCILARIN İLGİSİNİ EN ÇOK ÇEKEN İKİNCİ SEKTÖR SİGORTA'

Teknolojinin sigortacılık için de birçok işi kolaylaştırdığını belirten Yılmaz Yıldız, müşterilerin ne istediğini bulup onlara ulaştırabilecek teknolojik yatırımlar yapılması gerektiğinden bahsetti. Şirketlerdeki IT departmanının bu açıdan önemli olduğunu kaydeden Yıldız, "Sigortacılar dağıtım kanallarının sahibi değil, bu durum da IT yatırımları üzerinde büyük bir etki yaratıyor. Şirket içindeki her birimin kârlılığa katkı sağlaması gerekiyor, IT departmanı bu konuda biraz kritik" diye konuştu. Sigortacılığın, enerji sektöründen sonra yabancı sermayenin en çok ilgilendiği alan olduğuna da değinen Yıldız, şu an elementer tarafta büyük bir hareket olduğunu, ancak şirketlerin sadece Türkiye'de değil, dünyada da kâr edemediğini ifade etti.

'BES'TE EN AZ 2 MİLYAR LİRA DEVLET KATKISI BEKLENİYOR'

Bireysel emeklilik sektörü hakkında bilgi veren Ömer Mert ise, bu sene minimum 2 milyar lira devlet katkısı geleceğini öngörerek sektörün büyümeye devam edeceğini dile getirdi. Sektörde kârsızlığın büyük bir sorun olduğuna da dikkat çeken Mert, "Emeklilik ve hayat şirketleri de kâr edemez hale geldi. 2008 krizinde çok fazla işsizlik sigortası poliçesi satıldı. O dönem işsizlik sigortası doğru zamanda piyasaya sürülen doğru bir üründü, bu sektörümüz için çok güzel bir örnek. Demek ki kredi bağlantılı ürünler dışında yeni ürünlere kafa yorulursa ve bu ürünler doğru zamanda tüketiciye sunulursa, bunun sonuçlarını alabiliriz. Sektörü de bu şekilde büyütebiliriz" dedi.

BNP Paribas Cardif Emeklilik acenteleri Barselona'da buluştu

BNP Paribas Cardif Emeklilik, 2013'ün en başarılı acenteleri için Avrupa'nın kültür ve eğlence merkezi Barselona'ya gezi düzenledi. 2013 satış hedeflerini yakalayarak BNP Paribas Cardif Emeklilik Şampiyonlar Kulübü'ne girmeye hak kazanan 10 acente Barselona'yı gezme ve şehrin kültürel güzelliklerini keşfetme imkânı buldu. Geziye ilişkin açıklama yapan BNP Paribas Cardif Emeklilik Acente Kanalı'ndan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Alper Erdinç, acentesine en yakın şirket olma anlayışıyla düzenledikleri etkinliklerin acenteleriyle bir araya gelmek için önemli bir fırsat olduğunu ifade etti. Erdinç, "Sektörde acente üretimleri bazında baktığımızda toplam yüzde 11'lik fon tutarıyla Türkiye'nin en güçlü acente kanalına sahip şirketlerinden biriyiz. Acente kanalımız için düzenlediğimiz yurtiçi ve yurtdışı seyahatler, acente toplantıları gibi etkinliklerin önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu düşünüyoruz. Bu yıl hayat sigortası ve bireysel emeklilik ürün satışında yüksek performans gösteren acentelerimizle Barselona'da bir araya geldik" dedi.



Sigorta şirketleri dikkat!
Bilirkişi bilir kişi mi?

YAZARIMIZ *Timuçin Alpay, bu ay, sigortacılığın hukuksal süreçlerinde kritik bir öneme sahip olan bilirkişilikle ilgili örnekler de vererek bir yazı kaleme aldı. Yazıyı aşağıda paylaşıyoruz:*

Yazının başlığında neden "Sigorta Şirketleri Dikkat!" diyerek bir uyarıda bulundum? On beş yıldan fazla süredir İstanbul'daki tüm merkez adliyelerde "sigorta uzmanı bilirkişi" olarak görev yaptım. Bu süreçte ne yazık ki sigortalıların ve sigorta şirketlerinin hak ve menfaatlerini yok sayan adalet sisteminin açıklarından yararlanıp, "sigortacı" diye görev yapan, adaleti yanıltmaktan çekinmeyen, bilgisiz, yetersiz, sigortacılık mesleği/uzmanlık ile uzaktan yakından ilgisi olmayan, öylesine ilginç -sözüm ona- bilirkişiler ve bunların görev aldığı davalarla karşılaştım ki, mesleğime olan saygım yüzünden sigorta şirketlerine uyarıda bulunma ihtiyacını hissettim.

Sigorta şirketleri avukatları ve sigortalılar mahkemelerin Hukuk Muhakemeleri Kanunu (HMK) kapsamında re'sen görevlendirdikleri bilirkişileri yasada belirtilen deyimle "ehli vukuf" kabul ettiklerinden, bu kişileri "mesleki yeterlilik" anlamında sorgulama ve araştırma yoluna gitmemektedirler.

Çoğunlukla sigorta şirketleri rücu davalarını dışarıdan hukuk bürolarına takip ettirdiklerinden bu avukatların sigorta şirketleri ve piyasasından uzak olması nedeniyle mahkemece her atanan bilirkişiyi davanın esası ile ilgili uzman zannetmektedirler. Özellikle sigorta şirketi hukukçularına buradan sesleniyorum. Rücu davalarınızın çoğunu bu bilgi ve emek hırsızları nedeni ile kaybediyorsunuz. Bu konuda bizzat şahit olduğum onlarca örnekten birini bu köşeden aktarmak istiyorum.

Bir sigorta şirketi sigortalısına ödediği milyonlarca euro tutarındaki nakliyat hasarı için taşıyıcıya rücu davası açmıştır. Davaya konu taşıma iki yabancı ülke arasında gerçekleştiğinden uygulanacak hukuk rejimi CMR Konvansiyonu'dur. (CMR Konvansiyonu: Uluslararası karayolu taşımacılığında taşıyıcının sorumluluğu) Taşımanın özelliği bakımından çekişmede bilirkişi olarak uluslararası konvansiyonlar ile taşıyıcının sorumlulukları konusunda uzman bir sigortacının ya da konusunda uzman akademisyenlerin birlikte görev alması gerekmektedir.

HAYATINDA HİÇ HASAR YÖNETMEMİŞ UZMAN SİGORTACI!

Sözünü ettiğim dosyada kim görev yaptı ve rapor yazdı biliyor musunuz? Hayatında bir kez hasar yönetmemiş, nakliyat ve rücu servislerinde görev almamış, taşıma hukukundan ve taşıma sigortalarından haberi dahi olmayan, bir sigorta şirketinde evrak getirip götürme/dosya klasmanı işine bakan ve Adalet Komisyonu'na kendini "uzman sigortacı" olarak kayıt ettiren belgesiz, yetersiz ve bilgisiz bir şahıs.

Bu noktada mahkemeleri ve hakimleri eleştirmek gereksiz. Çünkü Adalet Komisyonu listesinde bulunan bir kişiyi hakimin seçmemesi söz konusu değildir. Hakimlerin her bilirkişinin özlük dosyasını bilmesine olanak bulunmadığına göre Adalet Komisyonu'nun uzman seçimi konusunda yüksek derecede özen göstermesi gerekir. Hatta Adalet Komisyonu Sigorta Tahkim Komisyonu'nun hakem seçimi kriterlerini sigortacı bilirkişiler için de uygulamalıdır.

Ancak ciddi bir uzmanlık kriteri olmayınca



sigorta şirketinde mühendislik servisinde sisteme poliçe girişi yapan birisi çalıştığı şirketten "Adı geçen şahıs şirketimizde 5 yıl çalışmıştır" şeklinde bir yazı getirdiğinde, Adalet Komisyonu o kişiyi "sigorta uzmanı" olarak kabul etmektedir. Oysa bu şahsın eğitimi yoktur, hukuk bilgisi yoktur, herhangi bir branşta teknik uzmanlığı yoktur, imza yetkisi yoktur, yönetim kadrosunda görev almamıştır, hayatında hasar dosyası görmemiştir.

İşte bu şahıslar sigorta şirketinde evrak memuru olarak çalışsa bile, hayatını sigortacılığa adamış uzmanlar ya da akademisyenlerin yanında konvansiyonlar gibi uluslararası hukukun önem taşıdığı dava dosyalarında bilirkişi olarak görev almaktadırlar.

YAZILAN RAPORLAR NEDENİYLE TARAFLAR MAĞDUR OLUYOR

Tabii ki konusunu bilmeyen ve yazdıkları yetersiz raporlar nedeni ile foyaları kısa sürede ortaya çıkan sözde sigorta uzmanları uzun erimde adliye sistemi içinde tutunamamakta, buna karşın bu süreçte yazdıkları ipe sapa gelmez raporlar nedeni ile taraflar mağdur olmaktadırlar.

Diğer yandan hemen belirtmeliyim ki, bu yetersiz bilirkişiler yüzünden o tazminat/rücu dava dosyaları yıllarca sürüncemede kalmakta, bir heyetten diğer heyete el değiştirerek tarafları mağdur etmektedir.

Tekrar ifade etmek gerekirse, sigortacı bilirkişiler davanın esası bakımından hiç bilgisi ve deneyimi olmadığı branş ve alanlarda o görevi asla kabul etmemelidir. Çünkü sigortacılık tek bir konudan oluşan meslek dalı değildir.

Kısaca sigortacılıkta BEŞ ANA BRANŞ ve onuzdan fazla alt branş mevcuttur. Bu nedenle Adalet Komisyonları'na "sigorta uzmanı" kaydı yaptırmak ile yaklaşık 40 farklı alanda uzmanlık yapabilirsiniz anlamına gelmemeli ve böyle bir hak doğmamalıdır.

'BU NİTELİKLERE SAHİP UZMAN SİGORTACI YOK'

Sözde bilirkişilere dönersek, tesadüfen bir mahkeme kaleminde inceleme yaparken bu şahıslardan birini gördüm. Fakat 30 yıllık meslek hayatımda kendisini ne toplantıda, ne bir konferansta, ne bir seminerde, ne üniversite panellerinde, ne de sigorta sektörünün geleneksel yemek ve etkinliklerinde hiç ama hiç bir yerde görmemiştim ve kendisini tanımıyordum.

Sözde bilirkişi sırıtarak yanıma geldi. "Üstat size kartımı vereyim" dedi ve bir kart verdi. Kartın üzerini okudum, uzmanlık alanları aynen şöyle yazılı: "Yangın, bereketlik, trafik, kasko hasar, hayat, sağlık, uçak gövde, makine montaj, inşaat all risks, emniyeti suistimal, kıymet nakli, bireysel emeklilik, elektronik cihazlar, acente şirket portföy ikmalleri, ferdi kaza, hukuksal koruma, kredi tarım sigortaları, CMR, CIM." Çok açık söylüyorum. Türkiye'de sigorta şirketlerinde çalışan yaklaşık 30 bin sigortacı içinde bu kartvizitte sayılan niteliklere sahip uzman sigortacı yok.

İşin komik olan tarafı UÇAK GÖVDE (Aviation Hall Insurance) denilen branşta ülkemizde sigorta uzmanı olmadığı için poliçelere dercedilen "Claims Coorparation Clause ve Claims Control Clause" gereğince uzmanlar bir hasar halinde yurtdışından gelmektedir. Kaskoca Adalet Komisyonu'nu yalanlarla aldatmanın bu kadar kolay olduğunu bilmiyordum.

Sonuçta kartvizit üzerinde yazılı uzmanlık alanlarını görünce şaşkınlıktan gözlerim dört açıldı. Şahsa döndüm dedim ki: "Siz konvansiyonlar konusunda bir eğitim mi aldınız, üniversitede hoca mısınız, bir sigorta şirketinde yöneticilik mi yaptınız, sigorta eksperi misiniz, nakliyat ya da hasar departmanı müdürlüğü mü yaptınız, uçak mühendisi misiniz, inşaat mühendisi, mimar ya da makine mühendisi misiniz, mali müşavir misiniz, ticaret hukuku ya da borçlar hukuku alanında doktora mı yaptınız?"

SİGORTACILIĞI SAĞA SOLA SORARAK ÖĞRENMEK!

Her soruma "HAYIR" yanıtını alınca, "Peki siz nasıl bu görevi kabul ettiniz?" dedim. Pişkin pişkin; "Amaaaaan üstat dedi bunlara gerek var mı? Ben çok meraklıyım. Sağa sola sorup öğreniyorum" dedi. Şaşkınlıktan ne söyleyeceğimi bilemedim. Sonradan lise mezunu olduğunu öğrendiğim şahsın nasıl hakimleri yanılttığını, nasıl tarafların hak ve menfaatlerini zora soktuğunu öğrendim. Ama bu tür "emek ve bilgi hırsızı" kişilerle şahıs olarak uğraşmam mümkün değildi.

Örneğini verdiğim bu dava yaklaşık beş yıl önceydi. Bir ara mahkeme kalem müdürüne dosyanın akıbetini sordum. 2 yıllık çekişmeden sonra dosyaya başka heyet atanmış. Tahmin ediyorum bu emek hırsızının yazdığı ilk rapor nedeniyle dosya daha birçok heyete havale edilmiştir.

1.10.2011 tarihinden itibaren yürürlüğe giren yeni Hukuk Muhakemeleri Kanunu'nun 266/282 Maddeleri ile Adalet Bakanlığı'nca yayımlanan bilirkişi olma koşullarını belirleyen yönetmelik çerçevesinde, 2012 yılından itibaren yeni bilirkişi listeleri özenle oluşturulmuş ise de bu emek ve bilgi hırsızı şahıslar, Adalet Komisyonu'nu yetersiz belgeler ile atlatıp kendilerini Türkiye'nin en önemli üç dört sigortacısından biri olduklarını mahkeme mahkeme dolaşıp hakimlere anlattıklarına bizzat şahit oldum. Bu ve benzeri şahıslar ne yazık ki hâlâ mahkeme koridorlarında "uzman sigortacıyım" diye dolaşmaya devam etmektedir.

Buradan sigorta şirketi hukukçularına sesleniyorum. Mesleki bilgi yeterliliği sigorta şirketlerinde dosya klasmanı yapmak ve evrak getirip götürmekten ibaret olan bu ve benzeri bilgi ve emek hırsızları yüzünden haklı davalarınızı kaybediyorsunuz. Lütfen HMK'nın 273'üncü maddesindeki hakkınızı kullanın ve davanın konusuna ilişkin mesleki yeterliliği olmayan bilirkişilerin dosyanızda görev almasına engel olun.

SFS, Yeni Nesil Hasar Çözümü ile Oracle Sigortacılık Zirvesi'nde

SFS, Liberty Sigorta'da geliştirilen ve ilk kez uygulamaya geçen "Yeni Nesil Hasar Yönetim Çözümleri"ni Oracle Sigortacılık Zirvesi'nde paylaştı. SFS adına zirveye Genel Müdür Yardımcısı Hakan Gülseven ve Liberty Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Süderbay katıldı.


Hakan Gülseven


Gökhan Süderbay

ZİRVEDE, Oracle'ın güçlü iş ortaklarından olan SFS, 2012 yılından bu yana SFS çözümlerini kullanan müşterisi Liberty Sigorta ile birlikte gerçekleştirdikleri "Yeni Nesil Hasar Yönetim Çözümleri"ni katılımcı ve dinleyicilere sundu. SFS adına zirveye katılan Yazılım ve Ar-Ge'den Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Hakan Gülseven, Liberty Sigorta talep ve ihtiyaçları doğrultusunda üretilen ve birlikte hayata geçirilen "ww.Winsure Claims" ürünü hakkında bilgi verirken, Liberty Sigorta Bilgi Teknolojileri Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Süderbay, SFS çözümleri ve projelerinin şirket operasyon ve verimliliklerine sağladığı katkılarını anlattı.

Zirve sonrası başarılı proje deneyimlerini paylaşan Gökhan Süderbay ve Hakan Gülseven ile söyleşi yaptık:

SFS, LIBERTY SİGORTA'NIN HEDEFLERİNİ DESTEKLİYOR

Neden SFS'yi iş ortağınız olarak tercih ettiniz?

G.S.- Kurum olarak teknolojiyi teknik bir olgudan ziyade büyüme stratejilerini de destekleyen bir rekabet avantajı olarak konumluyoruz. Size gerçekten katkı sağlayan, kendini eski usul bir sağlayıcıdan ziyade sizinle birlikte kazanan ve kaybeden bir iş ortağı olarak algılayan, sektörel bilgisi ve gücü ile sürdürülebilir bir yapı sunan bir teknoloji şirketiyle bu stratejik avantajları kazanmak mümkün. SFS teknolojileri, Liberty Sigorta'nın istikrarlı ve kârlı büyüme hedeflerini destekliyor.

Projeyi nasıl değerlendiriyorsunuz?

G.S.- Projemizin kapsamı oldukça büyüktü. Kullanıcı kabul testi, entegrasyon testleri, uçtan uca hasar süreç testleri, veri migrasyon testleri, ay kapanışı testleri, mutabakat çalışmaları, güvenlik testleri, performans testleri, yük ve stres testleri gibi testlerle geçirerek; sistemin sağlam, doğru, güvenli, esnek, ölçeklenebilir, güvenilir ve kararlı olduğunu doğrulamamız da önemliydi. Bu kadar hassas ve titiz yürütülen bir proje yönetim süreci sayesinde oldukça başarılı bir proje geçişine imza atıldı.

Her şeyden önce, bizler SFS ile ilişkilerimizi bir takım çalışması olarak gördük. SFS ekibi iyi bir dinleyici, anlayıcı ve uygulayıcı. Biz Liberty Sigorta olarak bu sinerjiyi yakaladık. Taleplerimizi SFS ekibine aktardığımızda geniş bir perspektif ve vizyon çerçevesindeki çözümleri ile operasyonel etkinliğimizi artırıyorlar. Tabii her iki firmanın da sigortacılık dili ile konuşuyor olması bu takım ruhunu daha da güçlendirmektedir.

SFS sisteminin kurumunuza fayda sağlayan en önemli özelliği nedir?

G.S.- SFS sisteminin, geliştirmelere açık esnek yapısı ve kullanımı kolay ekranları sayesinde, tüm birimlerimizdeki operasyonel işlemlerimizi çok daha kısa sürelerde gerçekleştirmeye başladık. Bu yapı sayesinde ayrıca, acentelerimizin ve müşterilerimizin ihtiyaçlarına yönelik farklı ürünler geliştirme avantajı elde ettik.

SFS ile hayata geçirdiğiniz hasar projesinin iş süreçlerinize yansıyan en önemli katkıları sizce nelerdir?

G.S.- Hasar projemiz, hasar ihbarından ödemeye ve hatta ödeme sonrasında müşteri memnuniyeti seviyesi ölçümlemelerine kadar tüm hasar süreçlerimizi iyileştirmemize olanak sağladı.

Tüm iş süreçlerimizin sistem üzerinden yürütülmesi, süreçleri daha güvenli, izlenebilir ve raporlanabilir hale getirmiştir. Bu yapı, operasyonel maliyetlerimizin minimize edilmesi, kullanıcı hatalarını asgariye indirmesi, süreçlerin hızlanması ve dolayısıyla da hizmet kalitesinin artmasında önemli rol oynamıştır. Bunun yanı sıra projemiz sayesinde, daha fazla veriyi elde edebiliyor ve bu verilerle hazırlanan otomatik raporlar sayesinde de, iç ve dış kaynaklarımızın performans ölçümleri ve yönetiminde, geleceğe yönelik genel politikalarımızın belirlenmesinde çok daha hızlı kararlar alabilmemize olanak sağlıyor.

Hasar, sigorta şirketlerinin müşterileri ve acenteleri ile buluştuğu noktadadır. Bu buluşmanın gecikmesiz ve sorunsuz yürütülmesi, müşteri memnuniyetinin sağlanması Liberty Sigorta için önemli bir hedef. SFS sistemlerinin bu hedefin gerçekleşmesine nasıl bir katkısı oldu?

G.S.- Sizin de belirttiğiniz gibi müşteri memnuniyetinin sağlanması ve devamlılığı, tüm şirketlerde olması gerektiği gibi bizim de en önemli hedeflerimizden birisidir. SFS sistemlerinin bu hedefimize ulaşmamızda bizlere sağladığı katkıların başlarını hasara; hareket kabiliyeti yüksek kullanıcı dostu ekranları sayesinde hasar ihbarlarının iç ve dış kaynaklarımızca hızlı ve kolay alınması ve müşterilerimize gerekli yönlendirmelerin hasar sürecinin en başında yapılması, sürecin ilerleyen aşamalarında sms ve e-mailler ile otomatik bilgilendirmelerin anlık olarak yapılması, gerek ödeme süreci öncesinde gerek sonrasında yapılan müşteri memnuniyet anketleri, şikayet veya öneri takiplerinin kurallara dayalı bir sistem üzerinden otomatik kurallarla çok daha pratik, hızlı ve olası manuel kaçaklara fırsat tanımadan yönetilebilmesi olarak belirtebiliriz.

Teknoloji iş ortağı olarak projeyi nasıl değerlendiriyorsunuz?

H.G.- Faaliyet gösterdiğimiz iş alanının doğası gereği, pazarın beklentileri ve rekabet koşullarına hızlı ve dinamik bir şekilde karşılık verebilmek bizim için büyük önem taşıyor. Pazar koşullarına hızla uyum sağlamayı mümkün kılacak teknolojik altyapıyı bünyemizde barındırabilmek için de, yazılım teknolojilerindeki gelişimin yakından takip edilmesi son derece önemli. 1992 yılından bugüne hedefimiz, gerek yurtiçi gerekse yurtdışında yürüttüğümüz projelerde en gelişmiş teknolojilerle, en iyi fikirleri hayata geçirecek Sigortacılık Sistem projeleri yürütmek.

Liberty Sigorta'da geliştirdiğimiz Yeni Nesil Hasar Çözümümüz olan ww.Winsure Claims, sigorta sektörü hasar bölümlerinin değişen ihtiyaçlarını, piyasa koşullarını ve küresel dalgalanmaları değerlendirilerek geliştirilmiş, sigorta şirketlerinden servis sağlayıcılarına, kanallardan müşteri ve çalışanlara kadar bir hasar sürecine temas eden paydaşların tümünü kapsıyor. Aynı zamanda, sektördeki iletişimi artırması ve bir işbirliği merkezi olmasının yanı sıra, tüm bu paydaşların (eksper, anlaşmalı servis, tedarikçi, avukat gibi) zaman ve fiyat maliyetlerini de azaltıyor.

ww.Winsure Claims, Liberty Sigorta'nın hasar süreçlerini uçtan uca kapsayan ve rekabet avantajı sağlayan yenilikçi bir hasar ilişkileri yönetim sistemidir. Müşteri odaklı ve kural tabanlı yapısı sayesinde, yazılım değişikliğine gerek duyulmadan kolay bir şekilde, değişen şirket stratejilerine adapte olabiliyor. Bu özelliği ile ww.Winsure Claims, Liberty Sigorta'nın değişen ihtiyaçlarına hızla tepki verebilmelerini ve adapte olabilmelerini sağlıyor.

ww.Winsure Claims ile sağlanan bazı avantajları şu şekilde sıralamak mümkün:

• Tüm ekosistem paydaş ve servis sağlayıcılar ile entegre

ww.Winsure Claims, diğer tüm WinSure bileşenleri gibi sigorta şirketlerinin tüm iş kollarını kapsayarak; çokuluslu şirketleri ve çokuluslu servis sağlayıcıları ve paydaşları (eksper, anlaşmalı servis, tedarikçi, avukat vb.) da süreçlerine entegre edip, bir arada ve sürekli iletişim halinde hareket etmelerini sağlar.

• Yüzde 100 kişiye özel

WinSure'un tüm bileşenleri gibi ww.Winsure Claims'in tanımsal mimarisi sayesinde, tüm hasar kuralları, süreçleri ve özellikleri tanımlanarak farklılaştırılabilir. Çeşitli iç ve dış kaynaklar, farklı süreçlerle sisteme tanımlanarak, şirkete özel kurallarla yetkilendirilip, geliştirilebilir.

• Kağıtsız ofis ile müşteri merkezli hasar süreci

Bir hasar, dosyasındaki bilgiler ışığında belirli süreçlerden geçerek sonuçlandırılabilir. Hasar süreci, gerçek ya da tüzel sigortalılar, poliçeler, hasar dosyaları, dokümanlar, raporlar, uzman incelemesi bilgileri, ayrılan muallaklar, rücular gibi hasarı ilgilendiren tüm bilgileri içeren dokümanların tasnifiendiği detaylı bir süreçtir. ww.Winsure Claims ile, tüm bu dokümanlara tek bir ağaç altında, kronolojik sıra ile erişmek ve üzerlerinde istenilen değişikliği yapmak mümkündür. Bu özellik sayesinde ww.Winsure Claims, dünyada yaygın biçimde kullanılan ve aralıksız olarak geliştirilen Kağıtsız Otiş projesine de önemli ölçüde katkı sağlıyor.

• Servis bazlı hasar mimarisi

Şirketlerin, sigorta sektörünün tüm paydaşları ve servis sağlayıcıları ile sürekli işbirliği içinde ve kolayca entegre şekilde çalışmasına olanak sağlar. ww.Winsure Claims, kullanımı kolay ekranlar ve hızlı süreçlerle, insan eli değmeyen otomatik raporlar ve uygulamalar sayesinde şirketin maliyet tasarrufu ve etkinliğine olumlu katkılar sağlar.

RS Repair Systems
Renew Solutions
Radiator Services

444 40 77 RS
www.rsservis.com.tr

mini onarım

MAXI hizmet









İşimizi Seviyoruz

YÖNETİMDEN TEKNİK EKİBE RS'DE HERKES İŞİNİ SEVEREK YAPAR!



Yaygın Hizmet Ağı

Türkiye genelinde **46** il **50** Servis
KKTC'de **3** bölgede **3** merkezi
Toplam **72.000 m²** Hizmet Alanı

Onarımın Ehliyiz

HERBİRİ KENDİ DALINDA
UZMAN
750 Eğitimli TEKNİSYEN

PR Paint Repair — Boya Tamiri



PDR Paintless Dent Repair — Boyasız Göçük Düzeltme



DR Dent Repair — Boya Hasarlı Kaporta Göçük Düzeltme



WR Windshield Repair — Ön Cam Tamiri



IR Interior Repair — İç Döşeme Tamiri



SR Stain Removal — Leke Çıkarma



BR Bumper Repair — Tampon Tamiri



RS Radiator Service — Radyatör Tamiri



İyi ki BMS Türkiye var

Uzun yıllardır BMS Türkiye ile devam eden işbirliklerinden duydukları memnuniyeti "İyi ki BMS Türkiye var" diyerek özetleyen Vangöl, BMS ekibiyle hiç sıkıntı yaşamadıklarına, BMS ekibinin hiçbir hasarda aksaklık çıkarmadığına dikkat çekti.

BMS Türkiye'nin iş yapış şekillerinden kullandıkları malzemenin kalitesine kadar oldukça profesyonel olduğunu söyleyen AKSigorta İzmir Bölge Acentesi Uğur Vangöl; BMS ekibinin, yönlendirilen müşterilere olan davranışlarının ve işi başarılı bir biçimde tamamlama hızlarının da çok iyi olduğunu belirtti.

"Şahsım ve sigorta acentem adına BMS Türkiye ile çalıştığımıza çok memnunum. Bu zamana kadar hiçbir sıkıntı yaşamadık. Bize hiçbir hasarda aksaklık yaşatmadılar" diyen Uğur Vangöl, müşterileri memnun olduğunda kendilerinin de memnun olduğunu ifade etti. Uğur Vangöl, "BMS Türkiye'yi tercih etme nedenimiz; çalışanlarının işe bir düzen içinde yaklaşmaları, kurumsal bir anlayışa sahip olması, personellerinin eğitimli, işinde usta, iş bilen olması, randevuya zamanında gitmeleri, personellerinin güler yüzlü olması ve en önemlisi uzmanlığının belgeli olması. Tüm bunların ışığında bundan sonra da BMS Türkiye ile çalışmaya devam edeceğiz" dedi.

Ortak amaçlarının müşteri memnuniyeti olduğunu söyleyen Uğur Vangöl, bunun bir zincir oluşturduğunu, müşterisini memnun eden firmanın, acenteyi de, dolayısıyla sigorta firmasını da memnun ettiğini ve bunların, bu zincirin halkalarını oluşturan en önemli etkenler olduğunu da sözlerine ekledi.

BMS Türkiye'nin acentelerine büyük kolaylık ve güven sağladığını da vurgulayan Vangöl, konuyla ilgili sözlerini şu şekilde tamamladı: "Bu zamana kadar olan işbirliğimiz için tüm BMS çalışanlarına tekrar tekrar teşekkürlerimizi ve memnuniyetimizi iletmek isteriz. İyi ki BMS Türkiye var."



Uğur Vangöl ve eşi, beraber yürüttükleri iş hayatlarında BMS Türkiye'nin çalışma şeklinden çok memnun olduklarını söyledi.

İçi Dolu Hizmet!

Restorasyon çözümlerinin yanı sıra tesisat, ıslak zemin, boya, parke, mobilya, elektrik ve dekorasyon işlerini de içeren çok kapsamlı bir hizmet: BMS Assist



BMS Assist; hasar restorasyonu, temizlik ve özel teknoloji gerektiren faaliyetlerdeki tecrübelerinden yansıyan avantajlarını kullanarak, müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamada fark yaratmaktadır.

Ayrı ayrı ustalarla uğraşmaya gerek olmadan, işinde uzman tek bir ekiple tüm onarım sürecini tamamlayarak müşterilerimizi her zahmetten kurtarıyor ve en kısa sürede günlük yaşantılarına dönmelerini sağlıyoruz.

'Müşteri memnuniyeti' odaklı hizmet anlayışımız ve internet tabanlı Proje Yönetim Sistemimiz sayesinde hızlı ve kaliteli çözümler üretmeyi başarıyoruz.

Hasarınızı bize bırakın, BMS Assist ile tüm ihtiyaçlarınızı kolayca karşılayın!

24 Saat Acil BMS Servis 444 9 400

www.bmsturkiye.com

BMS Technologies Türkiye

Sivil toplum kuruluşları, SAİK İstişare Toplantısı'ndaydı

SAİK, mart toplantısını Ankara'da gerçekleştirdi. SAİK üyelerinin tamamının katılımıyla Birlik Merkezi'nde gerçekleştirilen toplantıda; Sigorta Acenteleri Etik Kuralları ile Meslek Kuralları'nın belirlenmesi, Levha aidatlarını üç yıl üst üste ödemeyen sigorta acenteleri, karayolları motorlu araçlar zorunlu mali sorumluluk sigortası ile zorunlu koltuk ferdi kaza sigortası poliçelerinde oluşabilecek hasarların tazmin edilmesinde yaşanan sıkıntılar, Sigorta Acenteleri Kimlik Kartının Verilmesi ile Geri Alınmasına İlişkin Usul ve Esaslar Taslağı ile İcra Komitesi'ne intikal ettirilen şikayet ve müracaatların değerlendirilmesi ve disiplin işlemleri gündeme geldi. SAİK Yedek Üyeleri ile bir araya gelinerek görüş alışverişinde bulunuldu. Söz konusu toplantının ardından, Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürü Dr. Ahmet Genç, TOBB Başkan Yardımcısı Ender Yorgancılar, İcra Komitesinin Asıl ve Yedek Üyeleri ile ülkemizde faaliyet gösteren sigorta acenteleri sivil toplum kuruluşlarının üst düzey temsilcilerinin katılımıyla, "TOBB Sigorta Acenteleri İcra Komitesi Sivil Toplum Kuruluşları İstişare Toplantısı" gerçekleştirildi.



İstişare Toplantısı'na, Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürü Dr. Ahmet Genç ve TOBB Başkan Yardımcısı Ender Yorgancılar da katıldı.



SAİK, acentelerin sorunlarını ve önerilerini Başbakan Yardımcısı Ali Babacan'a iletti

4 Mart'taki 7. Türkiye Sektörel Ekonomi Şûrası'nda 59 sektör meclisi, sorun ve çözüm önerilerini, Başbakan Yardımcısı Ali Babacan'a iletme fırsatı buldu.



YEDİNCİ Türkiye Sektörel Ekonomi Şûrası, TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu'nun ev sahipliğinde, Başbakan Yardımcısı Ali Babacan'ın başkanlığında, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz'ın katılımıyla TOBB Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi. 4 Mart'ta yapılan Şûra'da, Türkiye'nin üretim ve hizmet alanındaki gücünü oluşturan 59 sektör meclisi, sorun ve çözüm önerilerini, birinci ağızdan Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, ilgili bakan ve bürokratlara iletme fırsatı buldu.



Sigorta Acenteleri İcra Komitesi Başkanı Hüseyin Kasap, söz konusu Şûra'da yaptığı sunumda, sigorta acentelerinin beş önemli sorununa değindi. 6502 sayılı Tüketicilerin Korunması Hakkında Kanun ve 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu hükümlerine rağmen tüketicinin seçme hakkının sınırlandırılması, sigorta acentelerinin kamu destekli finansman imkanlarından yoksun bırakılması, bazı sanayi sektörlerinde faaliyet gösteren işletmelerin sigorta poliçelerinin yenilenmemesi, sigorta acenteleri arasında yapılan iş paylaşımı neticesinde oluşan komisyon gelirinin vergilendirilmesi ve Doğu Anadolu ile Güneydoğu Anadolu bölgelerinde sigorta acenteliği tesis edilmemesi sorunlarına eğilerek, bu sorunlara ilişkin çözüm önerilerini Başbakan Yardımcısı Ali Babacan, ilgili bakanlar ve bürokratlara iletti.

7. Türkiye Sektörel Ekonomi Şûrası Kitapçığı'na http://mobil.tobb.org.tr/Manset-Resimleri/19305-8.pdf adresinden ulaşılabilir.



Yapılan dijital yatırımlar acenteleri de kapsamalı

SAB Başkanı Doğan Şen, sigorta müşterisinin teknolojiden faydalanmak istese de acenteden vazgeçmediğini ifade etti. Yapılan dijital yatırımların, sigorta şirketlerinden başlayıp acentelere kadar uzanması gerektiğini vurgulayan Şen, böylece acentenin yükünün de hafifleyeceğini söyledi.



SAB Sigorta Acenteleri Derneği Başkanı Doğan Şen, dünyada olduğu gibi ülkemizde de teknolojinin ve müşterilerin beklentilerinin hızla değiştiğini ifade etti. İnternet ve globalleşmenin; dünyanın dört bir yanından yeni rakiplerin, yeni dağıtım ve iletişim kanallarının, fiyata duyarlı müşterilerin ve yeni ürünlerin oluşumuna neden olduğunu kaydeden Şen, "Çağımızda, sadece pazarlar hızla değişmekle kalmıyor, teknoloji de bu değişimi destekliyor. Mobil telefonlar, video-konferans sistemleri, e-ticaret, e-posta, dijital TV ve akıllı mobil cihazlar bunun bir parçası olarak karşımıza çıkıyor" şeklinde konuştu.

Ancak sigortacılık sektörünün, gözle görülür elle tutulur, nesnel olarak işlevselliği bilinen ticari mal sektörlerinden ayrılması gerektiğini herkesin bilmesi gerektiğini söyleyen Şen, bir sözleşmenin satılma işi olan sigortacılığı dünyanın en zor işlerinden biri olarak niteledi. "Sigorta sözleşmesi, içinde hukuk, iktisat, muhasebe, mühendislik, coğrafya, jeoloji, meteoroloji, psikoloji, siyaset bilimi, bazen tıp, bazen motorlu araç bilgisi ve denizcilik bilgisi barındıran karmaşık bir yapıdır. Sadece gelecekte yaşayabileceğiniz riskler için bu sözleşmeyi para vererek alırsınız ve kendinizi güvende hissetmek istersiniz" diyen Şen, sigortacılığın en önemli unsurunun güven olduğunu vurguladı.

Bir şirketin bilanço büyüklüğünün ve o şirketin marka değerinin yarattığı güvenin tüketici için elbette önemli olduğunu belirten Şen, şöyle devam etti: "Sigorta alıcısı, tercihini yaparak bir şirketten sözleşme almaya teşebbüs ettiğinde, gerçek güven ihtiyacı bu safhada öne çıkmaktadır. Sigorta alıcısı sözleşmenin doğru bir sözleşme olup olmadığını, lüzumsuz prim ödeyip ödemediğini, sözleşmenin kendisini ne kadar koruduğunu bilmek istiyor. Teknolojiyi, dijitali kullanarak internette araştırma yapıyor, çok hızlı iletişimde olmak istiyor, e-postayla online eş zamanlı bilgi istiyor. Ama nihayetinde karmaşık bir sigorta sözleşmesini satın alırken işin içinden çıkamıyor ve çoğu zaman işin uzmanını yanına istiyor. Sözleşmenin kendisine faydalarını, kendisini sıkıntıya sokacak hususları, güvendiği bilgili bir insandan, bir danışmandan, bir fon yöneticisinden satın almak istiyor. İşte bu kişi sigorta acentesidir."

Sigortalının her an acentesiyle irtibata geçip danışmanlık alabileceğine değinen Şen, "Acente müşteriye sözleşme dönemi içinde bir yıl boyunca devamlılığı sağlıyor, hasar esnasında yardımcı oluyor, sigortalının haklarını koruyor. İşte bu nedenle dünyada sigorta alıcılarının yüzde 70'i acenteyi seçtiği ediyor ve acentelerin önerilerini, tavsiyelerini bekliyor" dedi. Sigorta alıcılarının bir kısmının internetten mikro sigortacılık kapsamında bir seyahat sigortası, ferdi kaza ya da trafik sigortası gibi daha az karmaşık ürünleri satın alabildiğini söyleyen Şen, "Sigortacılıkta gelişmiş ülkelerde bile bu oran yüzde 7-8 civarını geçmemiştir. Türkiye'deki sosyolojik yapı içinde de geçmesi beklenmemektedir. Bankasüransta dahi, bankaların elinde müşteri bilgileri, teknolojik varlıkları, sermaye büyüklükleri ve kredi verme avantajı gibi çok farklı imkanları olmasına rağmen bu oran ortalama yüzde 10 civarındadır" diye konuştu.

'DİJİTAL İMKANLARA RAĞMEN ACENTEDEN VAZGEÇİLMİYOR'

Sigorta alıcılarının teknolojiden ve dijital imkanlardan faydalanmak istese de yüz yüze satıştan, acenteden vazgeçmediğini kaydeden Şen, bu nedenle yapılan dijital yatırımların, dijital işlevselliği sağlayacak yazılım ve projelerin tamamının, sigorta şirketlerinden başlayıp en önemli satış kanalı acentelere kadar uzanıp onları da içine alması gerektiğine dikkat çekerek acenteler olarak bunu beklediklerini dile getirdi.

"Müşteri acentesine güveniyor, acenteler de doğal olarak sigorta şirketine güven duymak istiyor. Bu gerçeklikler ortadayken, acenteyi önemsemeden internet üzerinden satış ve call center'dan satış yapmayı planlayan sigorta şirketleri de yazılımlarda başarısız olacaktır. Özellikle alternatif satışları cazip hale getirmek için acentesiyle rekabet ederek, acentesinden daha ucuza poliçe satışı yapmaya çalışmaları, acente komisyonlarını sıfırlamaları, acente teşkilatından kopmasına neden olacaktır. Acentelerin sigorta şirketlerine duydukları güvene ciddi manada zarar vereceklerdir. Orta vadede ise sigorta alıcısına; 'Acenteden pahalı, internet üzerinden ucuza sigorta alınır' imajını pekiştirecekleriden sektöre ve ülkemize zarar vereceklerdir. Bu nedenle, sadece acentesiyle büyümeyi planlayan, elektronik, dijital modernizasyonlarda acentesiyle birlikte hareket eden sigorta şirketleri kazanacak ve güçlenecekleridir" diyen Şen, bu durumun sonucunda bu şirketlerin acenteler tarafından daha çok benimsenerek daha güven duyulan şirketler haline geleceklerini iddia etti.

'DİJİTAL YAZILIMLAR SAYESİNDE ACENTENİN YÜKÜ HAFİFLEMELİ'

Dijital yazılımların acentenin yükünü hafiflemesi gerektiğinden bahseden Doğan Şen, bu yazılımların, esasen sigorta şirketlerine ait olan ama acenteye yüklenen operasyon masraflarından acenteleri kurtarmasının da önemli olduğunu belirtti. Şen, dijital yatırımlardan neler beklediklerini şu şekilde açıkladı: "Bu yatırımlar sonucunda zamanı daha efektif kullanabilmeli ve az zamanda daha çok iş yapabilmeliyiz. İşlecin daha kontrollü yapılması ve raporlamanın çok boyutlu olması da önemli. Yeni yazılımlarla çapraz satışa imkan tanınmalı. Aynı zamanda mobil cihazlarla hızlı satışlar yapabilmek de istiyoruz. Masrafların minimize edilmesi için yapılacak dijital yatırımlar sayesinde zaman ve personel tasarrufunun yanı sıra idari masraflardan da kısabilmeyi umuyoruz, böylece kârlılığı da sağlayabiliriz."

Acentelerin sektördeki en önemli satış kanalı olduğunu bir kez daha vurgulayan Şen, sözlerini şöyle tamamladı: "Acenteler, SAİK ve tüm STK'ler olarak ortak hareket etme kabiliyetindedir. Sigorta şirketlerinin, acentelerin, tüketicinin ve dolayısıyla ülkemizin ortak menfaatlerini, yani 'her kesimin kazanacağı modelleri' benimsiyor ve istiyoruz."

ACENTELER NE İSTİYOR?

Doğan Şen, acentelerin beklentilerini şöyle sıraladı:

"- Acentelerin web sayfalarından ve mobil cihazlarından mikro poliçelerin satışını yapmaya olarak sağlayan yazılımlar ve uygulamaları bekliyoruz.
- Acenteler KOSGEB kredilerinden faydalandırılmalı ve acentenin kendini dijital ortama hazırlamasına imkan tanınmalıdır.
- Dijital yazılımların, sigorta sahtekarlıklarının önüne geçiyor olmasını ve haksız yere ödenen hasarların kontrol altına alınmasını bekliyoruz.
- Sigorta şirketleri ile acentelerin hesap planları örtüşmemektedir, bu nedenle acente ile sigorta şirketi arasında hesap mutabakatı sağlanamamaktadır. Ortak bir hesap planının hayata geçirilmesini kamudan, bu konuya hizmet edecek yazılımları da yazılım şirketlerinden beklemekteyiz.
- Dijital modernizasyon ve mobille satış yapma imkanı acenteye sağlanırken, güvenlik önlemlerinin alınmasını bekliyoruz. Dijital yazılımlarla, yetkisiz kötü niyetli kişilerin, poliçe satış yapmalarının önüne geçilecek güvenlik kilitleri kurulmalıdır.
- Ayrıca hiçbir yazılım şirketinin, sigortacılık işi ile ilgilenmeyeceği yasal olarak sağlanmalıdır.
- Teknoloji ve dijital sigortacılık acentelere kolaylık getirebilir, ancak kötü ellerde acenteyi etkisizleştirir. Bu nedenle sigorta şirketi ile acente arasında imzalanan sözleşmelerin acentenin hak ve hukukunu koruyor olmasını, acentenin portföy mülkiyet hakkının ve acentenin sektöre kazandırdığı müşteri bilgilerinin teminat altına alınmasını bekliyoruz. Bu hususu acentenin en önemli sorunlarından birisi olarak görüyoruz. Bunlar temin edilmezse, sigorta şirketi ile acente arasındaki güven ilişkisi, dolayısıyla sektörümüz zarar görecektir. Bunun böyle olmasını biz acenteler kesinlikle istemiyoruz ve bu nedenle çok kısa zamanda, Sigortacılık Genel Müdürlüğü, TOBB, SAİK ve TSB tarafından gerekli önlemlerin alınmasını bekliyoruz."

Hedef 500 OTTO ZENITH servisi

Sigorta sektörüne mini onarım, midi onarım ve hasar hizmeti veren Otto Zenith hizmet ağını 500 servise çıkarmayı hedefliyor. Otto Zenith Pazarlama Direktörü Sevil Döleneken, önümüzdeki süreçte "Markalı Otto Zenith" servislerini devreye sokacaklarını söyledi.

2008 yılından bu yana sigorta sektörüne mini onarım, midi onarım ve hasar onarım hizmeti veren Otto Zenith hizmet ağını 500 servise çıkaracak. Otto Zenith'in kuruluş süreci ve gelişimi konusunda gazetemize açıklamalarda bulunan Otto Zenith Pazarlama Direktörü Sevil Döleneken şunları söyledi: "2005 yılında kurulma sürecimizde temel içeriklerimizden biri şuydu: Uluslararası sigorta şirketlerinin ülkemizdeki sigorta sektörüne gerek ortaklık gerekse marka satın alımları ile yaptıkları yatırımlar, ülkemizde sigorta şirketlerinin tutum ve davranış değişikliklerini zorunlu hale getirecekti. Bundan doğacak sigortalı taleplerini karşılayacak, gerekli teknoloji ve altyapı yatırımları yapılmış, ülke genelinde yaygın, kaliteli, standart hizmet verebilen, personel eğitimleri en üst seviyede kadrolarını oluşturmuş kurumsal bir marka olarak sektörün bu değişen şeklinden doğacak taleplere yanıt vermek üzere Otto Zenith'i kurduk."

O günlerde yaptıkları yurtdışı sigorta sektörü gözlemlerini aktaran Döleneken, "Diğer ülkelerde uygulanan poliçe yapılarında, hasar prim ilişkisi olumsuz veya sisteme yeni girecek poliçe uygulamasının ve yabancı şirketlerin ülkemize girişleri ile ülkemizde de bu uygulamanın başlayacağını tespit ettik. Yine uygulamalardan biri olan muafiyetli poliçe yapısının da sigorta şirketleri tarafından uygulanabilirliğini gördük" dedi.

Döleneken şöyle devam etti: "Günümüzde ise, ülkemizde faaliyet gösteren uluslararası ve ulusal sigorta şirketleri, 'trafik ve kasko poliçelerini' günümüz koşullarına uygun olarak modernize ettiler ve yüksek risk içeren poliçe taleplerine karşı kendilerini koruma altına alacak şekilde tiyat politikaları belirlediler."

'ÖNCELİKLİ İLKEMİZ ONARIM'

Otto Zenith'in kurulum aşamasında öncelikli ilkelerinin, hasar onarımlarında parça değiştirmek yerine onarım ile tamir işlemlerini gerçekleştirmek olduğunu vurgulayan Döleneken, "İkinci unsur ise toplam güven esasına dayalı hizmet olmuştur. Ülke genelinde tüm servis noktalarımızda, müşteri karşılama ve ağırlama standartlarımız doğrultusunda müşterilerimizi ağırlıyoruz. Otto Zenith ülke genelinde tüm servis noktalarında kalite ve standartlarından ödün vermeden onarım işlemlerini gerçekleştiriyor. Tüm bunların yanında yaptığı onarım çalışmalarına ülke geneli servis noktalarında geçerli olmak üzere 2 yıl hizmet garantisini de veriyor" diye konuştu.

Otto Zenith'in profesyonellik konusundaki hassasiyetini kuruluş aşamasında oluşturduğu beyin takımı seçiminde gösterdiğini belirten Sevil Döleneken şunları söyledi: "Otto Zenith'in 1990 yılından bu yana hukuk danışmanlığı aldığı, ticaret hukuku konusunda yüksek deneyime sahip Avukat Volkan Kavak ve 1994 yılından bu yana toplam müşteri memnuniyeti ve iş geliştirme danışmanlığı aldığı Prof. Dr. Ali Şen ile 2005 yılından itibaren 3 yıl süren bir çalışma ile hedef belirleme, kurumsal yapı çalışmaları, hizmet ve kalite standartları belirlendi. Profesyonel ekibimiz ile yaptığımız altyapı çalışmalarının sonunda 2008 yılında Otto Zenith markası çatısında faaliyete başladık. Bugün rektörlük görevini sürdüren Prof. Dr. Ali Şen ve hukuk danışmanlığı hizmetlerini devam ettiren Av. Volkan Kavak, Otto Zenith markası ile olan stratejik ortaklıklarını sürdürüyorlar."

'MARKALI OTTO ZENITH SERVİSLERİ'

Otto Zenith'in kuruluşunda belirlediği hedefin ülke genelinde 500 standart servis noktasına ulaşmak olduğunu vurgulayan Döleneken, "Değişen ihtiyaçları karşılamaya yönelik uzun vadeli plan ve politikalarımız gereği tüm Otto Zenith servis noktalarına sigorta şirketleri veya başka kuruluşlar ile bağımsız çalışma yetkisi verildi. Böylelikle sigorta şirketleri istedikleri bölgede yer alan Otto Zenith servis noktası ile anlaşarak, yine Otto Zenith kalite ve standartlarında hizmet alabiliyorlar" dedi.

Hedefleri doğrultusunda birçok il ve ilçede birden fazla Otto Zenith servis noktası oluşturduklarını dile getiren Döleneken, "Gelişen ve yenilenen otomobil teknolojisine uygun ekipman ve uygulayacak eğitimli usta olmadan bakım hizmetleri ve hasar onarım hizmetleri verilemeyeceğini tespit eden Otto Zenith, yakın gelecekte hayata geçirmeye hazırlandığı 'Markalı Otto Zenith' servisleri ile branşlaşmış servis hizmetleri sunmaya hazırlanıyor" diye konuştu.

MİDİ ONARIM HİZMETİ

"1988 yılında trafik hasarlarını araç sahipleri karşılıklı anlaşarak öderken, bugün ise oluşan hasarlar, kasko veya trafik hasar dosyası açılarak yapılıyor. Bu talep sigorta şirketleri bilançolarına olumsuz yansıyor" diyen Döleneken şöyle devam etti: "Otto Zenith ruhunda, çok uzun yılların getirmiş olduğu sektörel deneyim, büyük bir heyecan ve kurumsal bir olgunluk barındırıyor. Bu birikim, Otto Zenith markasında 'Midi' onarım hizmeti olarak ortaya çıktı. Midi onarım hizmet içeriği, parça değişimsiz hasar onarımı olarak tanımlanır. Oluşan bir hasarda, hasar maliyetinin yüzde 65'i parçaya ödenen tutardır. Bu noktadan hareketle sigorta şirketi veya araç kullanıcısının ödeyeceği parça tutarına doğrudan etki eden yapımızla parçayı onararak maliyet artışını önlemeyi, aynı zamanda aracın ikinci el satış değer kaybını da minimum seviyeye indirmeyi hedefledik."

Otto Zenith'in müşteri memnuniyetine yaklaşımına da değinen Döleneken, "Toplam müşteri memnuniyetine maksimum önem veren Otto Zenith markası, genel müdürlüğünde oluşturduğu müşteri hizmetleri departmanı ülke genelinde Otto Zenith servis noktalarından hizmet alan her müşteriyi ile iletişime geçerek müşteri memnuniyeti çalışması yapıyor. 2013 yılında müşteri memnuniyet oranı yüzde 99,8 ile maksimum seviyeye ulaştı. Otto Zenith, aynı zamanda müşteri memnuniyeti iletişim çalışmaları ile topladığı verileri AR-GE grubunda inceleyerek gerekli doğrultuda iyileştirme çalışmalarıyla kalite ve toplam müşteri memnuniyeti sürekliliğini sağlıyor" dedi.

OTTO ZENITH'İN SEKTÖRE VERDİĞİ ANLAŞMALI HİZMETLER

Aviva Sigorta, Ankara Sigorta Generali Sigorta, Işık Sigorta ile mini onarım, mobil onarım, kasko ve trafik hasar onarım hizmetleri.
Axa Sigorta ile küçük onarım, kasko, trafik hasar ve mobil onarım hizmetleri.
Demir Sigorta, Türk Nippon Sigorta ile kasko ve trafik hasar onarım hizmetleri
Sompo Japan Sigorta ile özel onarım hizmetleri.
Aksigorta, Halk Sigorta, Neova Sigorta ile mobil onarım hizmetleri.



Otto Zenith Pazarlama Direktörü Sevil Döleneken, 2007 yılında İzmir Ekonomi Üniversitesi Halkla İlişkiler Bölümü'nden mezun oldu. 3 yıl süreyle Milano'da pazarlama yöneticiliği eğitimi aldı. 1986 İzmir doğumlu olan Döleneken, 2011 yılında Otto Zenith'te Pazarlama Direktörü olarak çalışmaya başladı.

MEHMET DÖLENEKEN KİMDİR?

Otto Zenith Kurucu Başkanı Mehmet Döleneken ustalığını yaptığı otomobil sektöründe vizyonu ve yenilikçi ruhu ile bugünlere geldi. 1983 yılında çalışmaya başladığı BMC fabrikasından 1987 yılının sonunda kendi işyerini açmak üzere ayrılan Mehmet Döleneken, 1988 yılında 300 m2'lik ilk iş yerini kurdu. Yetkili servislerin sigorta şirketleri ile hasar anlaşması yapmadığı dönemde, sigorta şirketleri bölge müdürlüklerine sunduğu iş modelinin beğeni görmesi ile sektörde yeni bir hizmeti daha o yıllarda hayata geçirdi. 1994 yılında aynı bölgede 750 m2 alana sahip işyeri ile büyümeye ve gelişmeye devam etti. 1995'te yoğun talep doğrultusunda İzmir Alsancak'ta hâlâ hizmet vermekte olan 2500 m2 alana sahip servis ile sigorta şirketlerine hasar hizmetini verme noktasında üst seviyelere ulaştı. Mehmet Döleneken 2000 yılında, sektörün yeni metot ve teknoloji ile onarım modellerine ihtiyaç duyacağını öngörerek, araştırmaları esnasında dünyadaki mevcut mini onarım uygulamalarını inceledi ve bu konuda çalışmalar yaptı. 2002 yılında bir mini onarım firması ile iş birliğine girerek bu süreci başlattı. 2008 yılında bitmeyen enerjisi ile OTTO ZENITH markasını sektöre kazandırdı.

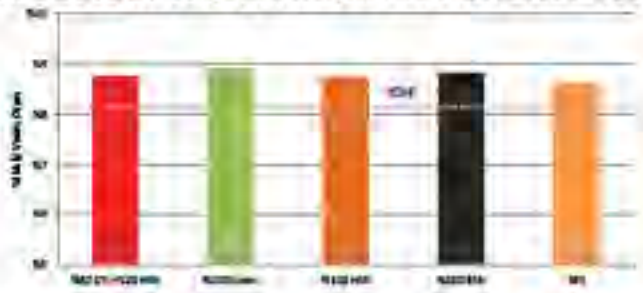
OTTO Zenith

İkitelli Organize Sanayi Bölgesi Atatürk Cad. No.80/B
İkitelli-Başakşehir-istanbul
Tel: 0212-6718729 Fax: 0212-5493594
www.ottozenith.org

BES FON GELİŞİMİ SAYFALARI ADENDUM AKTÜERYA EMEKLİLİK DANIŞMANLIK - SİGORTACI GAZETESİ İŞBİRLİĞİ'YLE HAZIRLANMAKTADIR

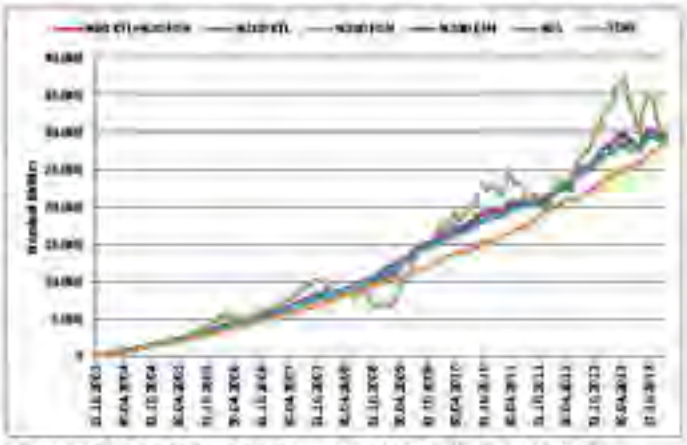
BES'te her katkının getirisi farklı

31.10.2003-28.02.2014 Adendum BES Getiri Endeksi (BGX)



Yukarıda, 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 yönetim gider kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 yönetim gider kesintisiyle yatırıma yönlenen tutarların 31.10.2003-28.02.2014 tarihleri arasında elde ettikleri Adendum BES Getiri Endeksi (BGX) verilmektedir. Yatırım tutarı her ayın enflasyon oranıyla artırılmıştır. TÜFE ile ilgili dönemde aynı şekilde enflasyon korumalı bir yatırım aracına, yönetim gider kesintisi ve fon işletim gider kesintisi olmadan yapılan yatırımın Adendum BES Getiri Endeksi'ni vermektedir. Buna göre, BES ortalama fon getirilerine yatırım yapan bir katılımcı dönem sonunda %8,60 BGX elde etmiştir. Sadece Hisse Senedi fonuna yatırım yapanların ise %8,74 BGX elde ettikleri görülmektedir.

31.10.2003-28.02.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



Yukarıda, 31.10.2003-31.12.2012 arasında %4 yönetim gider kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 yönetim gider kesintisiyle yatırıma yönlenen tutarların 31.10.2003-28.02.2014 tarihleri arasında elde ettikleri Adendum BES Birikim Endeksi (BBX) verilmektedir. Yatırım tutarı her ayın enflasyon oranıyla artırılmıştır. TÜFE ile ilgili dönemde aynı şekilde enflasyon korumalı bir yatırım aracına, yönetim gider kesintisi ve fon işletim gider kesintisi olmadan yapılan yatırımın bugün ulaştığı nominal tutardır. Bu tutar karşılaştırma amaçlı verilmiştir. Bu şekilde birikim yapan bir katılımcı, 28.02.2014 tarihinde BES ortalama fiyatlarıyla 29,258 TL birikime, enflasyon korumalı bir araçla ise 28,636 TL birikime ulaşmaktadır.

31.10.2003-28.02.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX) (2010-2014 gelişimi)



Aynı endeksin 2010-2014 yılları arasındaki seyrine bakıldığında, BES getirilerinin 2013 yıl sonu ile 2014 yılı başında enflasyonun üzerinde olmakla beraber enflasyon seviyesine yaklaştığı, diğer tüm dönemlerde enflasyonun hayli üzerinde seyrettiği görülmektedir. Hisse Senedi fonlarına yatırım yapan katılımcının sadece 2011 sonunda enflasyon seviyesine gerilediği, diğer tüm zamanlarda ise enflasyon üzerinde getiri elde ettiği görülmektedir.

İÇ VERİM ORANI NEDİR?

İç Verim Oranı, bir nakit akışının bugünkü ya da gelecekteki değerini 0 yapan faiz oranıdır. Bireysel emeklilik bağlamında ise, her ayın sonunda belli bir tutarla bir fona ya da fon grubuna yatırım yapan kişinin, yıl içinde yaptığı tüm yatırımların dönem sonu değerini, dönem sonundaki fon değerine eşitleyen ortalama yıllık getiri oranıdır. Genellikle birden çok yatırım ve yatırım dönüşü olan durumlarda ortalama getiriyi vermek için kullanılır.

GELENEKSEL fon fiyatları gelişimi analizleri, dönem başı ve dönem sonu fon fiyatlarının karşılaştırılması şeklinde yapılmaktadır. Yatırımcı için böyle bir karşılaştırma, fonun içindeki varlıkların değer kazancını ifade etse de, Bireysel Emeklilik Sistemi'ndeki (BES) katılımcılar için bu yöntem çok fazla öneme sahip değil. Böyle bir değer artışı sadece dönem başında tüm birikimini toplu olarak BES'te değerlendirmeye başlayıp dönem sonunda ayrılan katılımcılar için geçerli. Bunun yerine katılımcıların büyük bölümü (yüzde 95'i) aylık olarak katkı payı ödemektedir. Bu durumda, ortalama bir katılımcı, yılın 12 ayında, 12 değişik fiyattan fon alacak ve yıl sonunda elde ettiği getiriye bakacaktır. Daha detaylı analizde ise katılımcı aslında tam olarak emekli olduğu anda fonunun toplam değerine bakmalıdır. Ancak bu durum bile tam getiriyi ifade etmemekte, kişi Bireysel Emeklilik Sistemi'nde dahil olacağı "Emeklilik Gelir Planı" ile birikimlerini ihtiyacı olduğu kadar kullanabilmekte ve birikiminin geri kalanını fonlarda değerlemeye bırakabilmektedir. Yani tipik bir katılımcı için değerleme ilk katkının yatırıldığı andan son maaşın çekildiği ana kadar devam etmektedir.

Ancak ne yazık ki bu şekilde düzenli yatırım yapan katılımcılar dahi genellikle ödedikleri katkı payları toplamını sene sonundaki birikimleriyle karşılaştırmakta, katkı payının son ay yatırılan kısmının sadece 1 ay nemalandığını gözden kaçırabilmektedirler.

Bireysel Emeklilik Sistemi'ndeki Hisse Senedi Fonlarında 2014 yılının şubat ayında yüzde 0,97 artış gerçekleşti. Aynı dönemde BİST – 100 endeksindeki artış yüzde 1.12 seviyesinde oldu. Türk Lirası Cinsinden Kamu Borçlanma Senetlerinde yüzde 0,62'lik artış gerçekleşirken, Yabancı Para Cinsinden Borçlanma Senetlerindeki artış yüzde 0.77, Uluslararası Borçlanma Senetlerindeki artış ise yüzde 0.04 olarak gerçekleşti. Tüketici Fiyat Endeksinde 2014 Şubat ayında yüzde 0,43 artış kaydedildi.

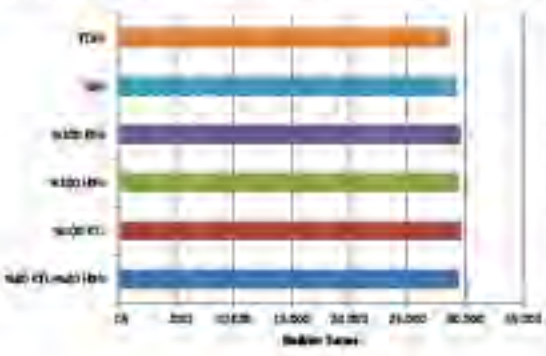
ADENDUM BES GETİRİ ENDEKSİ (BGX)

Bu endeks hazırlanırken, düzenli olarak yatırım yapan ve ortalama fiyatlarla işlem yapan bir katılımcının, elde ettiği yıllık iç verim oranına bakılmaktadır. Katılımcı her ay, ay sonunda açıklanan son fiyatlarla fon alır ve değerleme tarihi itibarıyla fonunun değerine bakar. Bu nakit akışı ile yıllık iç verim oranı hesaplanır. Yatırım tutarları 31.10.2003 tarihinde 100 lira ile başlatılmış ve her ayın TÜFE oranında artırılmıştır. Fon alınırken, yatırılan tutardan yüzde 4 ila 2 arasında yönetim gider kesintisi yapılacağı varsayılır.

ADENDUM BES BİRİKİM ENDEKSİ (BBX)

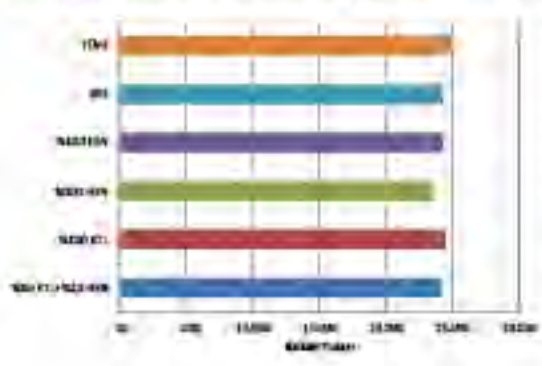
Bu endeks, 31.10.2003 tarihinden itibaren sistemde olan ve düzenli olarak yatırım yapan bir kişinin bugünkü birikimini bulmak üzere hazırlanmıştır. Katılımcının 31.10.2003 tarihinde 100 lira yatırarak sisteme girdiği ve her ay katkı payını TÜFE oranında artırdığı varsayılmıştır. Katılımcı her ay, ay sonunda açıklanan son fiyatlarla fon alır ve değerleme tarihi itibarıyla fonunun değerine bakar. Katılımcının bu süre içinde fon dağılım oranlarını değiştirmediği varsayılmaktadır. Fon gruplarının fiyatları Emeklilik Gözetim Merkezi tarafından hazırlanan ve www.emeklilik.egm.org.tr adresinde yayınlanan ayın son günü getiri endeksleridir.

31.10.2003-28.02.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



Yandaki grafik 31.10.2003-28.02.2014 tarihleri arasında Bireysel Emeklilik Sistemi'nde değişik fon karmalarına düzenli ödeme yapmış olan katılımcıların,dönem sonunda elde ettikleri birikimleri göstermektedir. Yatırılan tutarlardan (TÜFE) hariç 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 Yönetim Gider Kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 Yönetim Gider Kesintisi yapılmıştır. Sistemin başından bu yana ortalama BES fonlarına yatırım yapan bir kişinin birikimi 28.02.2014 tarihinde 29.258 TL'na ulaşmıştır. Bu kişi Şubat 2014 döneminde Bireysel Emeklilik Sistemi'ne 229 TL katkıda bulunmuştur.

31.01.2005-28.02.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



Yandaki grafik sistema 31.01.2005 tarihinde dahil olup 28.02.2014 tarihine kadar Bireysel Emeklilik Sistemi'nde değişik fon karmalarına düzenli ödeme yapmış olan katılımcıların, dönem sonunda elde ettikleri birikimleri göstermektedir. Yatırılan tutarlardan (TÜFE) hariç 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 Yönetim Gider Kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 Yönetim Gider Kesintisi yapılmıştır. Son dönemde yurtiçi piyasalarda yaşanan kayıplar nedeniyle enflasyon korumalı yatırım aracına yatırım yapan bir katılımcı 28.02.2014 tarihinde 25,200 TL Adendum BES Birikim Endeksi ile en fazla birikime ulaşan katılımcı durumuna gelmiştir.

Fon getirilerinde brüt ve net dönemi başlıyor

Emeklilik yatırım fonlarının giderlerine ilişkin olarak Sermaye Piyasası Kurulu bir karar yayınladı. SPK, 6/180 sayılı bu kararıyla daha önce fon giderlerinin fon kurucusu tarafından karşılanmamasına yönelik yayınladığı kararı da yürürlükten kaldırdığını bildirdi.

EMEKLİLİK yatırım fonlarının performanslarına ilişkin gösterimlerde, fondan yapılan toplam giderler düşülerek elde edilen getirilere ek olarak, kurucu tarafından karşılanan giderler dahil edilmeden elde edilen getirilerin de yer alması gerektiği, emeklilik yatırım fonlarının sürekli bilgilendirme formlarında ve Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda fon işletim giderinin emeklilik şirketi ile portföy yöneticisi arasındaki paylaşım oranlarına yer verilmesi gerektiği belirtiliyor. Bilindiği üzere 2013 yılında yürürlüğe giren mevzuat değişikliğiyle emeklilik yatırım fonu giderleri için Fon Toplam Gider Kesintisi ve Fon İşletim Gider Kesintisi olmak üzere iki kesinti kademesi oluşturuldu ve bu kesintiler için iki üst limit tanımlandı. Fon için harcanan giderler fon toplam gider kesintisini aşarsa, aşan kısım fon kurucusu yani emeklilik şirketi tarafından karşılanmak durumunda. Bu kapsamda, kararda dikkati çeken bir uyarı niteliğinde olan bir konu, fon giderlerinin fon kurucu tarafından karşılandığı durumlarda, bu giderlerin hesap işletim giderleri, komisyon gibi muhtelif adlar altında dolaylı olarak yatırımcılara yansıtılmaması olarak belirtilmekte.

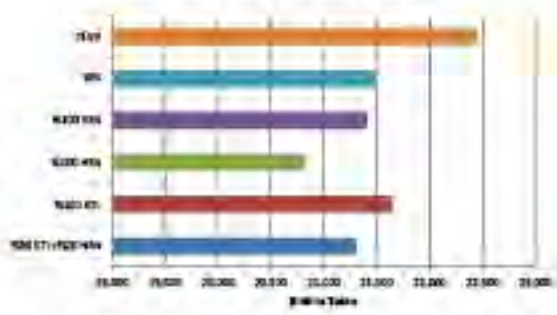
OECD BES FONLARINI DEĞERLENDİRDİ

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'nün (OECD) üye ülkelerdeki bireysel emeklilik fon getirilerini mercek altına aldığı araştırmaya göre Türkiye 2008 ile 2012 yılları arasındaki dönemde yüzde 11.6 yıllık ortalama nominal getiri ile birinci sırada, enflasyondan arındırılmış reel getiride ise yüzde 3.4 ile üçüncü sırada yer alıyor. Ancak 2013 yılında piyasalardaki kayıpların da etkisiyle, BES fonlarının getirisi bu aralar en çok sorgulanan konular arasında. Bu nedenle, fon performanslarının sorgulandığı bir ortamda son mevzuat değişiklikleri ile önü açılan, performansa dayalı fon kesintisi sektörde yüksek sesle konuşulur hale geldi.



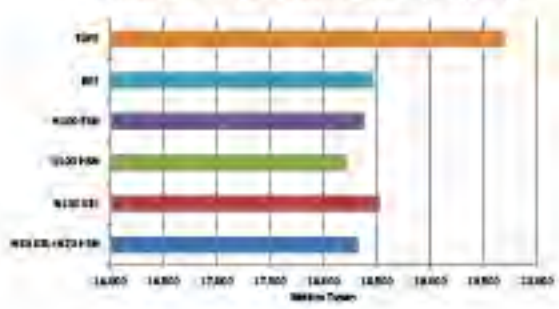
Fon için harcanan giderler, fon toplam gider kesintisini aşarsa, aşan kısım, fon kurucusu, yani emeklilik şirketi tarafından karşılanmak durumunda.

31.01.2006-28.02.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



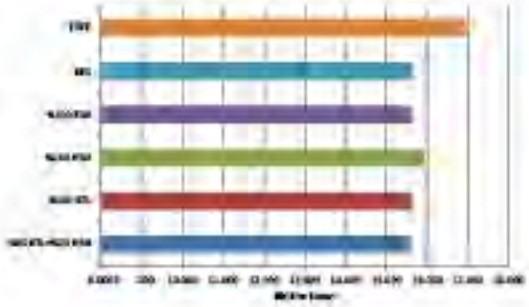
Yandaki grafik sisteme 31.01.2006 tarihinde dahil olup 28.02.2014 tarihine kadar bBireysel Emeklilik Sistemi'nde değişik fon karmalarına düzenli ödeme yapmış olan katılımcıların, dönem sonunda elde ettikleri birikimleri göstermektedir. Yatırılan tutarlardan (TÜFE) hariç 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 Yönetim Gider Kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 Yönetim Gider Kesintisi yapılmıştır. Son dönemde başta hisse senedi fonları olmak üzere para piyasası yatırım araçlarında yaşanan düşüşler nedeniyle sistemdeki fon karmalarına yatırım yapılması durumunda elde edilecek birikimler enflasyon korumalı yatırım aracıyla elde edilen birikimlerin altına düşmüştür 28.02.2014 tarihi itibarıyla Adendum BES Birikim Endeksi'nin ulaştığı değer 21.491 TL'dir.

31.01.2007-28.02.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)

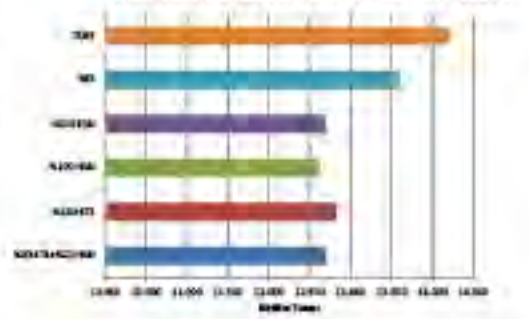


Yandaki grafik sisteme 2007 yılı başında dahil olup 28.02.2014 tarihine kadar Bireysel Emeklilik Sistemi'nde değişik fon karmalarına düzenli ödeme yapmış olan katılımcıların, dönem sonunda elde ettikleri birikimleri göstermektedir. Yatırılan tutarlardan (TÜFE) hariç 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 Yönetim Gider Kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 Yönetim Gider Kesintisi yapılmıştır. Sürekli Hisse Senedi fonlarına yatırım yapan bir katılımcının 28.02.2014 tarihinde 18.220 TL BBX elde ettiği görülmektedir. Sadece Kamu Borçlanma araçlarına yatırım yapan bir yatırımcı ise 18.529 TL BBX'e sahip olmaktadır.

31.01.2008-28.02.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



30.01.2009-28.02.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



%80 KTL + %20 HSN: %80 Kamu İç Borçlanma Senedi fonları, %20 Hisse Senedi fon grubuna yapılan yatırım.

%100 KTL: Tamamı Kamu İç Borçlanma Senedi fonlarına yapılan yatırım.

%100 HSN: Tamamı Hisse Senedi fonlarına yapılan yatırım.

%100 ESN: Tamamı Esnek fonlara yapılan yatırım.

BES: BES ortalama fiyatlarıyla yapılan yatırım.

TÜFE: Enflasyon endeksli yatırım yapan katılımcı (Yönetim Gider Kesintisi olmadan).

Emeklilik yatırım fonlarının performanslarının değerlendirilmesinde kullanılabilecek genel kabul görmüş farklı yöntemler bulunmaktadır. Bu çalışmada da genel kabul görmüş yöntemlerden bazıları kullanılmış ve çıkan sonuçlar okuyucuya bilgi vermek amacıyla yorumlanmıştır. Hesaplar, geçmiş verileri baz aldığından, sonuçlar gelecek dönem performansı için gösterge sayılmaz. Bu sayfadaki hesaplamaların doğruluğu için azami gayret gösterilmiştir, ancak herhangi bir hatadan dolayı uğranacak kayıplardan Sigortacı Gazetesi veya Adendum sorumlu tutulamaz.



Sigorta sektörü için çağrı merkezlerinin önemi arttı

Birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de sigorta sektörü, uzaktan satış yöntemiyle satışlarını büyüten bir sektör olmaya başladı. Şirketler, poliçe basma, müşteri hizmetleri, lojistik hizmetleri veya tele satış gibi çalışmalarında çağrı merkezleriyle birlikte hareket ediyor.

Teknolojinin hızla geliştiği günümüzde, alternatif dağıtım kanallarından biri olan uzaktan satış yöntemi de buna paralel olarak gelişim gösteriyor. Bu yöntem tüketicilerin yanı sıra sigorta şirketlerine de önemli avantajlar sağlıyor. Tüm dünyada olduğu gibi sigorta sektörü, Türkiye'de de uzaktan satış yoluyla satışlarını büyüten bir sektör ve sigorta bilincinin yeni jenerasyonla beraber değiştiği de gözlemleniyor. Şirketler, poliçe basma, müşteri hizmetleri, lojistik hizmetleri veya tele satış gibi çalışmalarında çağrı merkezleri ile birlikte hareket ediyor.

Kâr amaçlı şirketler için bu çağrı merkezlerinin en temel amacı, müşterilerden gelen ürün veya bilgilendirme taleplerinin karşılanması. Bunlar dışında, bir çağrı merkezi, müşteriden gelen (inbound) sipariş, teknik destek, müşteri hizmetleri, şikayet ve çağrı merkezinden giden (outbound) tele pazarlama, kampanya tanıtımı, ürün hizmetleri ve borç hatırlatma gibi hizmetlerle de ilgileniyor. Çağrı merkezlerinin en büyük avantajı öncelikle 7/24 müşteri taleplerinin alındığı bir merkez olması. Çağrı merkezleri ayrıca, müşteriyi tanıma, müşteri bilgilerinin güncellenmesi, müşteri sadakatinin artırılması, ilerleyen iş süreçlerinde maliyet azalmaları konusunda da birçok avantaj sağlıyor. İş süreçlerine bağlı olarak işlem verimliliğine ve müşteri işlemlerine artı değer katan çağrı merkezleri, müşteri ilişkileri yönetimi kavramının da önem kazanmasıyla müşterinin o anki işlemi değerlendirilirken geçmişteki hareketlerini ve işlemlerini de dikkate alıyor.

2013 YILINDA TÜRKİYE'DE ÇAĞRI MERKEZİ SAYISI YÜZDE 2.5 ARTTI

Çağrı merkezi pazarını değerlendiren Çağrı Merkezleri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Metin Tarakçı, yapılan son araştırmalara göre, 2013'ün Türkiye çağrı merkezi pazarının dış kaynak servis sağlayıcıların ağırlığını artırarak büyüdüğü bir yıl olduğunu belirtti. 2012 yılında yaklaşık 800 milyon dolar olan dış kaynak pazarındaki ekonomik büyüklüğün 2013 yılında 875 milyon dolara ulaştığını söyleyen Tarakçı, bu rakama iç kaynağın da dahil edildiğinde toplam pazar büyüklüğünün 1.43 milyar dolara yükseldiğini ifade etti. Tüm bunların yanı sıra, 2013 yılında ülkemizdeki çağrı merkezi sayısının bir önceki yıla göre yüzde 2.5 oranında arttığını ifade eden Metin Tarakçı, 10'dan fazla firmanın da Anadolu'da yeni çağrı merkezi yatırımı yapmayı planladığını belirtti.

E-TİCARET HACMİ GEÇTİĞİMİZ YIL YÜZDE 30 BÜYÜDÜ

Konuyla ilgili görüşünü aldığımız AIG Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Sema Bulutlu, telefonda satış nispeten daha az efektif olabilecek, daha fazla teknik bilgi gerektiren, içerik olarak daha geniş poliçe türlerinde, e-ticaretin etkili olabileceğini vurguladı ve e-ticaret hacminin geçtiğimiz yıl yüzde 30'a yakın büyüdüğünü ifade etti. BNP Paribas Cardif Emeklilik Pazarlama ve Dijital Kanaldan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Uğur Çağlar ise, uzaktan satış için kurgulanan ürünlerin daha anlaşılır yapılarda olması gerektiğini dile getirdi. Çağlar, "Şirketler açısından bakıldığında uzaktan satış için kurgulanan yapılar emeklilik şirketlerine daha fazla müşteriye ulaşma şansı veriyor" dedi. Çağrı merkezlerinin ülkemizde hızla büyüdüğünü söyleyen Işık Sigorta Kurumsal Pazarlama ve Özel Rizikler Müdürü Murat Balkır da, çağrı merkezlerinin şirketlerle müşterileri arasındaki en hızlı ve en ekonomik iletişim köprüsü olduğunu söyledi.

Her türlü veri e-ticaret firmaları için çok önemli

Bir satış kanalı olarak çağrı merkezlerinin kullanımına yoğun olarak başladıklarını belirten AIG Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Sema Bulutlu, özellikle sigorta satın alan müşterilerin bu kanalı daha çok kullanabileceğini düşündüğünü söyledi. Telefonda satışı nispeten daha az efektif olabilecek, daha fazla teknik bilgi gerektiren, içerik olarak daha geniş poliçe türlerinde, e-ticaretin etkili olabileceğini vurgulayan Bulutlu, e-ticaret hacminin geçtiğimiz yıl yüzde 30'a yakın büyüdüğünü ifade etti. Bulutlu ayrıca, 2013 yılının rakamlarının net olarak açıklanmadığını, ancak sigorta işlemleri çıkarıldığında bu alanda tahmini olarak 35 milyar lira civarında bir hacim gerçekleştirildiğini de söyledi. Sektörün büyüme oranında ABD ve Avrupa pazarlarına kıyasla daha önde olduğunu, ancak hâlâ Türkiye pazarının gelişmekte olması nedeniyle bu oranın yeterli olmadığını belirten Bulutlu, şu an için e-ticaretin toplam perakende içindeki oranının yüzde 2 seviyelerinde olduğunu vurguladı. ABD ve Avrupa pazarında bu oranın yüzde 10 seviyelerinde olduğunu ifade eden Bulutlu, hedefin 5 yıl içinde Türkiye pazarının da iki haneli rakamlara ulaşması olduğunu dile getirdi.

'TAKSİT ÖZELLİKLE SİGORTA ÜRÜNLERİNDE ÖNEMLİ BİR ALIŞKANLIK'

Bulutlu, Türkiye'deki internet kullanıcı sayısının 36 milyonun üzerinde seyrettiğini vurguladı. 2013'te 10 milyon kişinin internetten alışveriş yaptığını söyleyen Bulutlu, 2014'te 2 milyon kişinin daha internetten alışveriş yapacağını ve bu rakamın 12 milyona ulaşmasının da beklentiler arasında olduğunu belirtti. Bulutlu, sözlerine şu şekilde devam etti: "Türkiye'deki online alışverişlerin yaklaşık üçte birinin İstanbul'dan gerçekleştiğinin; İstanbul'u Ankara, İzmir, Adana, Bursa, Antalya, Diyarbakır, Kocaeli, Konya ve Kayseri'nin takip ettiğinin ve e-ticarette cirosal olarak en büyük kategorinin teknoloji ve tüketici elektroniği olduğunun da altını çizmek gerekir."

Taksitin, Türk halkı için özellikle sigorta ürünlerinde, önemli bir alışkanlık olduğunu söyleyen Bulutlu, e-ticaretin daha fazla avantaj sunması nedeniyle kullanıcılar nezdinde öneminin arttığını, zira tüketicilerin kriz dönemlerinde daha fazla fiyat odaklı olduklarını da ifade etti. Bulutlu, bu durumun tüketicilerden birçoğunun internet üzerinden fiyat karşılaştırması yapıp, yine kendi geleneksel satış kanallarından sigorta satın almalarına sebebiyet verdiğini söyledi.

Online satın alma konusunda erkeklerin hakimiyeti konuduğunu, fakat kadınların sayısında da her geçen gün artış gözlemlendiğini belirten Bulutlu, erkeklerin büyük çoğunluğunun elektronik ve bilgisayar ürünlerini tercih ederken, kadınların giyim ve aksesuar kategorilerinde alışveriş yaptığını söyledi. Bulutlu, sigortanınsa hâlâ beklenen seviyelere gelemediğini vurguladı.

'ANALİZ YAPABİLEN ŞİRKETLER BİR ADIM ÖNDE OLACAK'

İnternet siteleri üzerinde kullanıcıların bıraktıkları her türlü verinin, e-ticaret firmaları için büyük önemi olduğunu söyleyen Bulutlu, buna önem vererek analiz yapabilen şirketlerin 2014'te müşteri memnuniyeti konusunda bir adım önde olacaklarını vurguladı. Sema Bulutlu, araştırmalara göre internetten alışveriş yapanların daha sonrasında sosyal ağlarda aldıkları ürün/hizmet hakkında paylaşımlarda bulunduklarını ve buna bağlı olarak sosyal ağların, Türkiye'de tüketicilerin satın alma kararlarında önemli bir etken olduğunu da söyleyerek sözlerini tamamladı.



En hızlı ve en ekonomik iletişim köprüsü

Çağrı merkezlerinin gerek müşteriye etkin bir şekilde ulaşma oranını gerekse maliyet açısından sigorta satışındaki yerini her geçen gün artırdığını belirten Işık Sigorta Kurumsal Pazarlama ve Özel Rizikler Müdürü Murat Balkır, şirketlerin çağrı merkezlerinin sürekli artış gösteren bu yönünden istifade etmek amacıyla bu kanala özel bir önem verdiklerini ifade etti. Balkır, şirketlerinin çağrı merkezleri üzerinden gerçekleştirdiği üretiminin her yıl şirket ortalamasının üzerinde artış kaydetmesinin de bunun en önemli göstergesi olduğunu söyledi.

Çağrı merkezlerinin ülkemizde hızla büyüdüğünü söyleyen Balkır, çağrı merkezlerinin şirketlerle müşterileri arasındaki en hızlı ve en ekonomik iletişim köprüsü olduğunu vurguladı. Balkır, çağrı merkezlerinin aralarındaki yoğun rekabetin toplam hizmet kalitesindeki artışla birlikte geldiğini belirtti. Balkır aynı zamanda, bankacılık sektöründe alternatif dağıtımın lokomotifi olan çağrı merkezlerinin, sigorta sektöründe henüz hak ettiği yere gelememiş olduğunu da sözlerine ekledi.



Tele-satışta üç temel etkinlik: Ürün, data ve satış verimliliği

Tempo Çağrı Merkezi, 2002 yılından bu yana çağrı merkezi dünyasında yer alan Tempo İletişim'in içinden doğan bir şirket. Tempo Çağrı Merkezi'nin kuruluş yılı 2009. Sundukları hizmetler ve sigorta sektörünün ihtiyaçlarına yönelik çalışmaları hakkında açıklamalarda bulunan Tempo Çağrı Merkezi Genel Müdürü Cemal Akar, ilk olarak, Türkiye'nin önde gelen firmalarına çağrı merkezi destekli bütünleşik çözümler sunduklarını belirtti. 2002'den beri hem 'outbound', yani dışarı aramalı tele satış hizmetleriyle, hem de 'inbound' müşteri hizmetleriyle sektörde ilerlemeye devam ettiklerini söyleyen Cemal Akar, telekomünikasyondan finansa ve sigortaya kadar farklı sektörlerde yer alan birçok firmaya hizmet sunduklarını ifade etti. Telefondan satışta çağrı merkezi işlerinin ötesinde kontrat teslimi, kontrat toplaması, ürün teslimi gibi kolları da tamamlayan işler yaptıklarına dikkat çeken Akar, "Örneğin; bir ilaç firması için sahaya ilaç mümessili gitmesi yerine, biz telefonda doktorları arayıp ilaçla ilgili tanıtımları yapıyoruz. Doktorlara gitmesi gereken dokümanları gönderiyoruz. Biz kendimizi aslında bir mühendislik firması olarak tanımlıyoruz. Bizim yaptığımız iş, müşterilerimizin iş süreçlerini üzerimize almak ve bunu yaparken müşterilerimize operasyonel efektiflik sağlayarak, o süreçleri üzerimize alıyoruz. Müşteri ile birlikte iş süreçlerini analiz ediyoruz. Bu süreç etkinliğini artırarak maliyet avantajı da sağlıyoruz" şeklinde konuştu.



Tele-satışların etkili ve başarılı olmasındaki öncelikli kriterler hakkında görüş bildiren Akar, bu konuda üç temel etkinliğin bir arada sağlanması gerektiğini belirtti. Tele-satışın başarılı olabilmesi için ilk ana özelliğin ürün verimliliği olduğunu söyleyen Akar, konuyla ilgili sözlerine şu şekilde devam etti: "İlk olarak doğru dizayn edilmiş, doğru bir ürün olması gerekiyor. İkinci aranan detay ise datanın verimliliği. Hedef kitlenin doğru seçilmesi, ürünün doğru bir müşteri kitlesine sunulması gerekiyor. İyi ürünün yanlış bir müşteri kitlesine sunulduğu noktada satışın başarılı olması mümkün değil. Üçüncüsüyse satıcı verimliliği. Bu üç verimliliği aynı anda sağlamak lazım ki, başarılı bir tele-satış aktivitesi gerçekleşsin."

'UZAKTAN HİZMETLER İÇİN TEKNOLOJİ ÇOK ÖNEMLİ'

Tempo olarak bu noktada, satıcı verimliliğini kendi deneyimleriyle garanti ettiklerini belirten Cemal Akar, satıcılarına doğru eğitim verdiklerini, satış stratejilerini doğru belirlediklerini, bunun yanı sıra ürün ve data verimliliğiyle ilgili de birlikte çalıştıkları firmalara danışmanlık hizmeti verdiklerini söyledi. Akar, günümüzde tele-satış kanalında teknolojinin yeterince etkin kullanılmadığına da dikkat çekti. Özellikle kompleks ürünler anlatıldığı zaman bir çağrı süresince müşteriye telefonda bir sigorta ürününün anlatılmasının çok da kolay olmadığını dile getiren Akar, bu sebeple genelde ferdi kaza gibi anlatılması daha kolay ürünlerin sigorta sektörü için satıldığını belirtti. Oysa günümüz teknolojisinin telefonda satışta daha kompleks ürünleri satmalarına olanak sağladığını söyleyen Akar, "Örneğin, güzel videolar, küçük reklam klipleri üretilebilir ve ilk aramada müşterilere telefonda satış esnasında bu klipler gönderilebilir. Bir müşteri temsilcisinin 5 dakikada anlatamayacağı bir ürünü, güzel tasarlanmış 2- 3 dakikalık reklam videolarıyla çok daha etkili bir biçimde anlatabilirsiniz. Görsellerle anlatılan bir ürünün akılda kalması çok daha kolay. Günümüz teknolojisi buna imkan sağlıyor. Böylelikle ikinci aşamada sadece müşterinin sadece sorularını cevaplayarak, satış kapatma oranlarınız da artar" diyerek düşüncelerini aktardı.

Tele-satışı ürünlerle eşleştirerek süreçleri geliştirmek gerektiğine inanan Cemal Akar, müşteri ilişkileri yönetimini (CRM) de takip edip, tele-satışın daha etkin kullanılması gerektiğini de söyledi.

Uzaktan satış emeklilik ürünleri için daha uygun

Sigorta sektöründe müşteri beklenti seviyesinin oldukça yüksek olduğunu söyleyen BNP Paribas Cardif Emeklilik Pazarlama ve Dijital Kanaldan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Uğur Çağlar, çağrı merkezlerinin hem satış öncesi hem de satış sonrasındaki öneminin arttığını dile getirdi. Çağlar, "Çağrı merkezlerinin tüm satış aşamalarında hizmetlerin etkinleştirilmesinde; müşteri beklentilerinin ölçümlenerek doğru yönetilmesinde, müşterinin değişen ihtiyaçlarının tespit edilerek gerekli yönlendirmelerin yapılmasında stratejik öneme sahip birimler haline geldiğini söyleyebiliriz" dedi. Müşterilere 'Müşteri İletişim Merkezi' kanalında çapraz satış, katkı payı artışı ve ek katkı payı ödemesi aramalarının gerçekleştirildiğini belirten Çağlar, satış kanallarının çağrı merkeziyle konumlandırıldığını ifade etti ve sözlerine şöyle devam etti: "BNP Paribas Cardif Emeklilik olarak, Müşteri İletişim Merkezi'miz bünyesinde sistemden erken çıkışların azalmasında önemli bir görev üstlenen Geri Kazanım Ekibi, BES katılımcılarını gerek portföyleri gerekse yeni düzenlemeler hakkında doğru ve zamanında bilgilendirme görevini üstleniyor."



Bunların yanı sıra, özellikle 'koruma' ürünlerinden oluşan geniş ürün yelpazelerinin olduğunu belirten Çağlar, ürünlerinin birçok ülkede ağırlıklı olarak çağrı merkezi kanalı üzerinden müşterilere ulaştığını söyledi. Çağrı merkezlerini alternatif değil, ana satış ve dağıtım kanalı olarak kurgulayan ve bu konuda uluslararası deneyime sahip olduklarını dile getiren Çağlar, bu deneyimden ülkemizde koruma ve hayat ürünlerinin satışında faydalandıklarını ifade etti.

Çağrı merkezinden direkt satış yapılabilmesi için altyapı çalışmalarının başladığını da vurgulayan Çağlar, bu altyapı vesilesiyle yakın bir tarihte katılımcılarını BES'e dahil edebileceklerini söyledi.

'BANKA KANALI DAHA DA ÖNEM KAZANACAK'

Bankaların da Call Center larına önemli yatırımlar yaptığını söyleyen ve bu konuyla ilgili sigorta satışında bankaların rolü hakkında da görüş bildiren Çağlar, genç nüfusun yeni teknolojileri yakından takip ettiğini vurguladı ve bu nüfusun teknolojiyi başarılı bir şekilde kullandığını belirtti. İnternetin her yaştan insan için yaygın bir şekilde kullanıldığını ifade eden Çağlar, hizmetlerinin daha geniş müşteri kitlelerine hitap ettiğini de sözlerine ekledi ve şöyle devam etti: "Teknolojinin müşteri alışkanlık ve beklentilerinde hızla farklılık yaratmasının etkilerini sigorta ve bankacılık sektöründe de gösterdi. Banka kanalının sahip olduğu geniş müşteri kitlesi ve bankacılık ürününün yanı sıra çapraz satışla emeklilik ve sigorta ürünlerini sunabilmesinin yarattığı avantajların da etkisiyle, önümüzdeki yıllarda banka kanalının sektördeki yerinin daha da artacağını düşünüyoruz."

Y ve Z kuşakları 'online'ı büyütüyor

Eureko Sigorta Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörü Noyan Güvenç, temel olarak müşteri hizmetleri amacıyla kurulan çağrı merkezlerinin, hızlı ve kolay ulaşılabilen bir kanal olması sebebiyle, özellikle bankacılık ve finans sektörlerinde ön plana çıkmaya başladığını belirtti. Türkiye'de çağrı merkezlerinin genç iş gücünün yoğun olması, eğitim seviyesinin yükselmesi, daha az maliyetli olmaları sebebiyle hızla büyüdüğünü söyleyen Güvenç, birçok orta ve büyük ölçekli şirketin ciddi bir know-how gerektiren çağrı merkezlerini ana fonksiyonları içerisinde konumlandırmaktansa, dış kaynak olarak konumlandırmaya başladığını ifade etti.

'UZAKTAN SATIŞA YATIRIM YAPIYORUZ'

Uzaktan satış kanallarının gelişmesinin sigorta bilincinin artırması konusundaki pozitif etkisinin marketi büyüteceğini söyleyen Güvenç, "Ayrıca, tüm sigorta satış kanallarının bu olumlu etkiden ciddi paylar alacağını düşünüyoruz. Dolayısıyla günümüz dünyasının teknolojik değişimlerinden tüm kanalların etkileneceğini ve bir şekilde bu sürece her satış kanalının kendine özel yenilikçi çözümlerle dahil olacağını söyleyebiliriz. Müşterilerin istek, talep, beklenti ve satın alma alışkanlıklarındaki değişiklikler ile yeni neslin tüm işlemlerini oturduğu yerden ve kolayca tamamlama isteğinin, Türkiye'de online sigortacılığı istenen ve beklenen noktaya taşıyacağına inanıyoruz. Bu kapsamda biz de Eureko Sigorta olarak uzaktan ve online satış kanallarına yatırım yapıyor, bu kanallar aracılığıyla banka sigortacılığı alanında sahip olduğumuz uluslararası deneyimden de yararlanarak müşteri ihtiyaçlarına yönelik yaratıcı çözümler geliştirmeyi hedefliyoruz" şeklinde konuştu. Güvenç son olarak, "Özellikle mobil cihaz kullanımı oldukça yüksek olan Y kuşağı ve hızla gelen Z kuşağı, online kanalların çok daha etkili ve hızlı bir şekilde büyümesine katkıda bulunacaktır. Dolayısıyla, ülkemizdeki genç nüfusun yoğunluğu, sigortalılık potansiyeli, online ve uzaktan satış kanallarının giderek gelişmesi göz önünde bulundurulduğunda bu alanda önemli bir potansiyel olduğunu ve bu alana yapılacak yatırımların önümüzdeki dönemde de artarak devam edeceğini düşünüyoruz" dedi.







TSEV eğitimleri Sudan'da

Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı tarafından, 2 - 5 Mart 2014 tarihleri arasında Sudan'ın başkenti Hartum'da, sigortacılık, bankacılık, devlet birimleri ve diğer sanayi, tarım ve ticaret sektörlerinden toplam 80 üst düzey yöneticinin katılımıyla, "Property All Risk" ve "Underwriting & Risk Assestment" konulu dört günlük eğitim programı gerçekleştirildi. Programda, vakfın öğretim elemanlarından Risk Yönetimi Danışmanı Dr. Süheyl Akil Becan görev aldı.

TSEV, Etiyopya Finansal Araştırmalar Enstitüsü ile bilgi ve deneyimlerini paylaştı

Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı, yurtiçi ve yurtdışındaki çok sayıda kuruma sunduğu danışmanlık hizmeti kapsamında, Etiyopya Ulusal Merkez Bankası ve Sigorta Birliği yöneticileriyle, vakıf merkezinde iki günlük bir toplantı gerçekleştirdi.

Etiyopya Ulusal Merkez Bankası Finansal Araştırmalar Direktörü, Kurumsal Hizmetler Vali Yardımcısı, Sigorta Denetleme Direktörü ve Etiyopya Sigorta Birliği CEO'sunun katıldığı toplantıda TSEV, Etiyopya'da verilen sigorta eğitimlerinin kalitesinin ve kapsamının artırılması ve gelişen dünya dinamiklerine ayak uydurmasının sağlanması konusunda danışmanlık hizmeti verdi.



TSEV, 2014 YILI 2. DÖNEMİNE AİT KISA SÜRELİ EĞİTİM PROGRAMLARINI DUYURDU

Düzenlediği Kısa Süreli Eğitim Programları ile 2014 yılına hızlı bir giriş yapan Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı, ocak-şubat-mart dönemine ait eğitim programlarını 190 kişinin katılımıyla tamamladı. İkinci 3 aylık dönemi planlanan Kısa Süreli Eğitim Programları birbirinden farklı 60 konu başlığını içeriyor. Nisan-mayıs-haziran aylarını kapsayan ikinci üç aylık eğitim programları kapsamında, Sigortacılık Denetleme Kurulu Başkan Yardımcısı Dr.Metin Sarıaslan'ın "Sigorta Şirketlerinde İç Denetim" ve "Teknik Karşılıklar ve Temel Sigorta Muhasebesi (Hayat-Dışı)" konulu eğitim programlarının yanı sıra, "İnşaat Montaj All Risk Sigortaları", "Yinelenebilir Enerji ve Sigortacılık Uygulamaları", Segmentasyon ve CRM Uygulamaları ile Dijital Pazarlama ve Sigortacılıkta Direkt Pazarlama gibi eğitim programları da yer alıyor. Kısa Süreli Eğitim Programlarının tamamı hakkında ayrıntılı bilgiye egitim@tsev.org.tr adresinden ulaşabilirsiniz.

TSEV EĞİTİM VE İK PLATFORMU GERÇEKLEŞTİ

TSEV, her yıl düzenli olarak gerçekleştirdiği Eğitim ve İK Platformu'nun 2014 yılına ait ilk toplantısını mart ayında gerçekleştirdi. Sigorta ve emeklilik şirketlerinin eğitim ve İK yöneticilerinin katıldığı toplantıda Vakıf Müdürü Prof. Dr. Suna Özyüksel, TSEV ve İstanbul Ticaret Üniversitesi işbirliğiyle yürüttükleri "Sigortacılık" ve "Sigorta ve Risk Yönetimi" yüksek lisans programları ile vakfın diğer eğitim programları ve faaliyetleri ile ilgili bilgi verdi. Toplantıda sektörün İK yöneticileri de, vakfın eğitimleri ve faaliyetleri hakkındaki görüşlerini paylaştılar.





TSEV Türk Sigorta Sektörü 6. Bowling Ligi başladı

Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı'nın 2009 yılından beri devam ettirdiği ve sosyal faaliyetlerle de sektör çalışanlarını bir araya getirmek, iş ortamının dışında da birlikteliği sağlamak ve sporun tatlı rekabetini farklı şirketlerin çalışanları arasında iletişim aracı olarak kullanmak amacıyla başlattığı TSEV Türk Sigorta Sektörü 6. Bowling Ligi, sektörden 14 şirketin katılımı ile 5 Mart tarihinde başladı. Lig, düzenli olarak iki hafta aralıklarla oynanan oyunlar ve Sigortacılık Haftası'ndaki final gecesiyle son bulacak.





AKTÜER ADAYLARINA YÖNELİK İSTATİSTİK VE OLASILIK EĞİTİM PROGRAMI TSEV'DE

TSEV'in "Uzmanlık Eğitim Programları" çerçevesinde verilen Aktüer Adaylarına Yönelik Eğitim Programları kapsamında gerçekleştirdiği "Finansal Matematik" eğitimi 16 kişinin katılımıyla tamamlandı.
Program kapsamında yer alan "İstatistik ve Olasılık" eğitim programı ise 24 Mart 2014 tarihinde başladı. Eğitim içeriği, "Olasılık Aksiyonları, Koşullu Olasılık, Bağımsızlık ve Bayes Teoremi, Tahmin Yöntemleri, Hipotez Testleri, Varyans Analizi, Regresyon, Korelasyon" başlıklarını kapsıyor.

ÇOK SATANLAR



19,99 TL

SILA
Sevilen pop şarkıcısı Sıla'nın beşinci stüdyo albümü olan "Yeni Ay" raflarda dinleyicileriyle buluşmak için yerini aldı.



19,99 TL

BECK
Amerikalı müzisyen, şarkıcı ve multi-enstrümentalist sanatçının son albümü "Morning Phase" dinleyicileriyle buluştu.

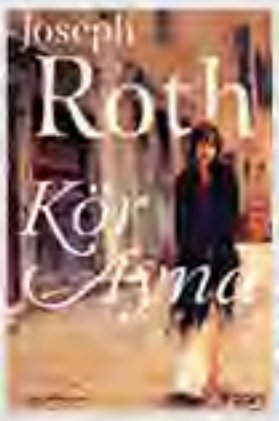
YERLİ
1- Yeni Ay – Sıla – Sony Müzik
2- Galata – Sibel Can - DMC
3- Yavaş Yavaş
Teoman – Avrupa Müzik
4- Gülü Soldurmam
Kibariye – Avrupa Müzik
5- Göğe Selam 2
Kurtalan Ekspres – Arpej Yapım
6- En Baştan
Gökhan Türkmen – 3 Adım
7- İlk Şarkılar
Fazıl Say – Ada Müzik

YABANCI
1- Morning Phase – Beck - Capitol
2- St. Vincent
St. Vincent - Loma Vista/Republic
3- Frozen
Demi Lovato -Walt Disney Records
4- Riser
Dierks Bentley - Capitol Nashville
5- Helios - The Fray - Epic
6- The Outsiders –
Eric Church - Universal Nashville
7- Formula Vol. 2
Romeo Santos - Sony U.S. Latin

Kaynak: Idefix, Amazon, D&R

Kör Ayna **Joseph Roth**

"Kör Ayna", XX. yüzyıl Alman edebiyatının değerli yazarlarından Avusturyalı Joseph Roth'un tüm öykülerini okurlarıyla buluşturuyor. Roth, 1916 ile 1936 yılları arasında kaleme aldığı on sekiz öyküyle farklı yolculuklara çıkarır okurunu. Birinci Dünya Savaşı'nın ve Avusturya-Macaristan İmparatorluğu'nun dağılmasının ardından gelişen yeni dünya düzeninde bocalayan insanların yaşantılarına doğru yapılan bu yolculukların mekânları ve izlekleri birbirinden farklıdır. Roth'un öykü kişilerinin peşinden kentin lüks caddelerine, yoksul mahallelerine, köprü altlarına, bazen taşraya, bazen de açık denizlere sürükleniyoruz. Her seferinde yazgılarına yenik düşenlerin yaşantılarına tanıklık ediyoruz...



sayfa 23,50 TL

Sevda Sürgünleri **Sefa Kaplan**

"Her şey başka türlü olabilirdi halbuki... O kadar kitap okumak, o kadar film izlemek, bu konularda işin teorisini yapacak kadar kafa patlatmak hiçbir işe yaramıyor çünkü. Zaten edebiyatın, bilimin, felsefenin kime ne faydası dokunmuş ki bugüne kadar? Güzelliği ve gülümsemesi yetmiyormuş gibi bir de edebiyattan anlıyordu, derinlikli metinler ve şiirler yazıyordu. Hiç değilse inkâr etmiyordu edebiyatın varlığını. Oysa bu kez inkâr eden ben olacaktım ve en masum hakikatlerin bile kanla yazıldığı bereketli topraklarda yapayalnız kalacaktım." "Sevda Sürgünleri", büyük bir gazetenin yazı işlerinde başlayan ve intiharın kıyısına doğru yavaşlayan tuhaf bir aşkı anlatıyor.



sayfa 24 TL

Uzun Dünya **Terry Pratchett - Stephen Baxter**

Bilimkurgunun iki ustası Terry Pratchett ve Stephen Baxter yeni bir roman için bir araya gelip bize şu soruyu soruyor: Dünyadaki kaynaklar kısıtlı olmasaydı, insanlık nasıl gelişirdi? Paralel dünyalar arasında yolculuk yapılmasını sağlayan 'adımlayıcı'nın icadıyla, asırlardır yalnız olduğu düşünülen dünya ve insanlık için yeni bir dönem başlamıştır. Ne kadar çok kullanılırsa o kadar çok yeni dünyanın keşfedilmesini sağlayan bu aygıt, insanlığa sonsuz ihtimaller sunar. Doğuştan "adımlayıcı" olanlarınsa buna ihtiyacı yoktur. Evrimin farklı bir yol izlemesi, dinozorların hayatta olması, homo sapienslerin var olmaması gibi küçük ayrıntılar göz ardı edildiğinde, yan yana sıralanan her dünya birbiriyle aynıdır. "Uzun Dünya", "başka dünyalar"ı mümkün kılıyor.



404 sy. 29 TL

ERHAN DUMANLI
erhandumanli@gmail.com



Eğitimde kaliteyi nasıl artırırız?

BU ay sizlere geçen aylarda uzun uzun bahsettiğim PISA raporuna göre çok önemli gelişme kaydetmiş bir ülkenin eğitimdeki bu başarılı performansını nasıl gerçekleştirdiğini anlatmaya çalışacağım. Ama öncelikle birkaç hafta önce uzun süre medyanın dilinden düşmeyen bir olayı dikkatinize çekmek istiyorum.

Batı ülkelerinde en önemli eğitim konularından bir tanesi 'yaşam biçimi' ile ilgili konudur. Burada küçük çocuklara doğru, düzgün, kaliteli, karşısındaki insanın haklarına saygılı, yalan söylemeyen, sevmeyi bilen, özür dilemeyi bilen insan olmayı öğretirler. Sonuç olarak insan olmanın özellikleri öğretilir ve bu çocuklar büyüdükleri zaman da onlardan bu davranışlar beklenir.

İki üç hafta önce bir futbol maçında bir futbolcu topun rakipten değil de kendinden dışarı çıktığını hakeme söyledi, yukarıda yazdıklarıma göre zaten olması gereken hareket bu iken, günlerce o futbolcu göklere taşındı ve herkesin çok büyük takdirini kazandı. Tabii ki futbolcunun yaptığı doğru idi ve de teşekkürü hak etmişti ama zaten normal, düzgün ve doğru insan hareketi bu değil midir! Bir insan doğruyu söylüyor diye bu kadar abartılı bir şekilde, gelişmiş ülkelerde, manşette kalabilir mi?

Biz sonuç olarak esasında belki şunu demek istiyoruz, ülkemizde her gün o kadar çok yalan söyleniyor ve yanlış yapılıyor ki zaten normal kabul edilmesi gereken bir hareket takdir görüyor. Demek ki bizim okullarımızda da 'yaşam biçimi' ile ilgili dersler vermemiz gerekir, belki de eğitim konusunda ilk hamle bu olmalı.

Peki diyelim ki biz de eğitimde hamle yapan ülkeler gibi olmak istiyoruz, önceliğimiz ne olmalı, eğitimde kaliteyi nasıl artırırız ve insanı insan yapan özellikleri nasıl daha iyi anlatırız talebelere.

Ben 6 yıl 6 tane okulu olan bir vakıfta yönetim kurullu başkanlığı yaptım ve bu süreçte kesin olarak öğrendim ki ilk hamle, eğiticilerin eğitilmesinde yatıyor. Öğrenme çıktılarının niteliği iyileştirilmek isteniyorsa öğretmenlere yatırım yapmak gerekiyor. Öğretmen nitelikli olmadan eğitim sistemi nitelikli olamaz. Üst seviyede bir eğitim vermek istiyorsanız öğretmenlerin temel olarak mesleki kapasitesini, yetkinliklerini, yeterliliklerini ve özerkliğini artırmak gerekir ki, kendi öğretme ortamlarını kendileri belirleyebilsin ve şekillendirebilsinler.

PISA'daki başarının sırrı öğretmene yatırımda, bunun için öğretmenlik cazip bir meslek haline getirilmelidir. PISA raporlarında son yıllarda çok önemli hamleler yapan ülke Polonya. Bu ülke 2009 yılında 495 olan matematik notunu 2012'de 23 puan artırarak 518'e çıkarmış ve OECD ülkeleri içinde 18. sırada iken 8. sıraya yükselmiş.

Gelecek ayki yazıda Polonya'nın bu gelişmeyi nasıl sağladığını inceleyelim.

189 Sayfa
Murathan Mungan

Murathan Mungan'ın "189 Sayfa"sı, ilk kitabı 227 Sayfa'daki gibi gözlemler, izlenimler, saptamalar, aforizmalar, denemelerden oluşuyor. Mungan bu kitabı hakkında şöyle diyor: "Buradaki yazıların önemli bir bölümünde görüleceği gibi, yalnızca yazar olmak için değil, okur olmak için de geçilmesi gereken yollara, geliştirilmesi gereken özelliklere dikkat çekmek istedim."



200 sy. 17 TL



HAKAN YURDAKUL
hakanyurdakul@yahoo.com

Strateji denen sihirli kelimeye dair

STRATEJİ ve türevi olan kelimelerin, kullananı birkaç numara büyük göstereceği ve muhatabı da hemencecik etkileyeceği gibi gizli bir batıl inanç mevcut. Başlarına getirildiği zaman yönetim, karar, güç, rekabet avantajı gibi kelimelere kattığı soylu, derin ve güçlü anlam, bu batıl inancın arkasında yatan esas neden gibi görünüyor. Nedense Türk Tarih Kurumu, ya kavramın bu görkünden habersiz ya da kavramı umursamamış. Sözlüklerindeki stratejinin tanımı şöyle: "Bir ulusun veya uluslar topluluğunun, barış ve savaşta benimsenen politikalara destek vermek amacıyla politik, ekonomik, psikolojik ve askeri güçleri bir arada kullanma bilimi ve sanatı, sevkülceyş." Yine de kavramı "devletlü" bir şekilde tanımlayarak bu inanca az ya da çok destek vermiş gibi.

Henry Mintzberg, Bruce Ahlstrand ve Joseph Lampel'in 1998'de yayınladıkları "Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management" adlı kitapları ise, işin yönetim boyutunda olanlar için daha kapsamlı ve kullanışlı bilgiler sunuyor. Yazarlar, strateji yönetim / oluşturma ekollerini tarihsel gelişimleri çerçevesinde ve 3 ana başlık altında 10 ekol olarak gruplamışlar:

I. Stratejilerin nasıl formüle edilmeleri gerektiğiyle ilgilenen Öngörücü Ekoller: (1) Dizayn Ekolü, (2) Planlama Ekolü, (3) Pozisyonlama Ekolü

II. Stratejilerin nasıl oluştuğuna odaklanan Açıklayıcı Ekoller: (4) Girişimcilik Ekolü, (5) Bilişsel Ekol, (6) Öğrenme Ekolü, (7) Güç Ekolü, (8) Organizasyonel Kültür Ekolü ve (9) Dış Çevre Ekolü

III. Strateji oluşturma süreci, stratejilerin içeriği, organizasyonel kültür ve içeriğini farklı paralel ya da ardıl süreçler içine yerleştirerek birbirleriyle entegre eden ve tek başına bir ana başlık olan (10) Konfigürasyon Ekolü

Ekolleri tüm içerikleriyle tanımlamak, bu yazının sınırlarını gayet aşacağı için hayalperest bir iddia olurdu. Yine de yukarıdaki ana başlıkların tarihsel olarak sıralandığını, yani öngörücü ekollerin en eski ve görece modası geçmiş ekoller olduğunu belirtelim. Türlü "stratejik" karar alma toplantılarında temcit pilavı gibi karşımıza çıkan SWOT Analizi, Büyüme - Pazar Payı Matrisi (hani şu yıldızların (stars) ve nakit ineklerinin (cash cows) olduğu) ve Rekabet Avantajı Matrisinin (hani şu ya maliyet lideri ol ya da ürünlerini farklılaştır diyen), Öngörücü Ekollerin içeriği olarak belirtildiğini de söylemek lazım.

Bahsedilen bu farklı stratejik yönetim ekollerinin gelişmesi süreci, tıpkı diğer benzer gelişim süreçlerinde olduğu gibi önce mutlak bir iman ile başlıyor, sonra yaşanan başarısızlıklar nedeniyle bir sorgulama süreci ile devam ediyor ve nihayetinde de daha mütevazı ve gerçekçi bir hale evriliniyor. Ancak özellikle bu mutlak iman sürecince, bunu istismar eden veya bildiğiniz paraya tahvil eden yapılar hızlı bir şekilde oluşup bir norm (trend) haline geliveriyorlar. Kitabın yazarları, Pozisyonlama Ekolünün danışmalara verdiği abartılı strateji oluşturma rolünü eleştiriyorlar. Bu ekolün ileri sürdüğü "strateji geliştirmek için o sektörü bilmeye gerek yoktur, önemli olan strateji 'ilmini bilmektir' varsayımının sahada yalanlandığını ve bunun da Öngörücü Ekollerin sonunu getirdiğini söylüyorlar. Birçok şirketin, sektörden bihaber ve ama sihirli strateji yapma çubukları olan danışmanları kullanarak "çuvallamalarına" dair de örnekler sunuyorlar. Yine de tüm bunların yaşanması gerekliydi şeklinde pozitif bir yaklaşımla, bu deneyimlerin değerli olduğunu ifade ediyorlar. Buradaki "sektörü bilmesine gerek olmayan danışman" ile "proje yöneticiliği sektör bağımsız bir roldür" yaklaşımlarının ne kadar benzer olduğu da ilgi çekici.

Kitap uzun yerim dar, ama yazarların aktardığı Strateji'nin 5 P'si yazmak için sanırım yeterli: (1) Plan (yani bugünkü durumdan istenilen duruma gitmek için izlenecek yol), (2) Model – Pattern (yani geçen zaman boyunca davranışların tutarlı – istikrarlı olması), (3) Pozisyon (yani seçilmiş ürün/hizmetleri seçilmiş pazarlara konumlandırma), (4) Perspektif (yani gelecek vizyonunu da kapsayan iç bakış) ve (5) Manevra – Ploy (yani rakibi atlatma amaçlı özel manevralar).

Dilerseniz gelecek sayıda bu konuyu biraz detaylandıralım ve şimdilik bir ara bitiriş sözü olarak şunları söyleyelim. Gözü kapalı bir trende kapılan "ben de (me too)" şirketleri ile anladıktan sonra onu özelleştirerek uygulayan pragmatist şirketler arasında ciddi bir fark vardır, "olmak ve olmamak" arasında olduğu kadar.

Gelecek sayıda görüşmek ümidiyle.



SONY XPERIA Z2

Dur durak bilmiyor

Xperia Z1'in tanıtılmasının üzerinden bir yıl bile geçmeden Sony, onun yerine geçecek amiral gemisi akıllı telefonu Xperia Z2'yi lanse etti. Kısacık bir süre zarfında gelen yeni ve güçlü ikinci bir cihazın gelişi Z1 kullanıcılarını şaşırtmış olabilir. Selfiyle aynı kasa tasarımını paylaşan Xperia Z2, 5,2 inçlik Full HD ekrana sahip. Keskin ve canlı bir görüntüleme deneyimi sunan Triluminos ekranı, Sony Xperia Z2'nin bir önceki modelindekiyle benzer özelliklerde. İki akıllı telefonun ayrıldığı nokta ise Z2'nin görüş açısı çok daha geniş. IPS panelli ekranı, Qualcomm Snapdragon 801 dört çekirdekli 2.3 Ghz işlemciye sahip Xperia Z2'nin, 20,7 megapiksellik kamerası bulunuyor. Sony, Full HD'nin dört katı çözünürlük anlamına gelen ve son yıllarda gündemi fazlasıyla meşgul eden 4K teknolojisine de yer vermeyi unutmamış. 4K video kaydı yapabilen akıllı telefon, Movie Creator uygulaması üzerinden de bu videoların düzenlenmesine, efekt eklenmesine veya istenen karelerin çıkarılmasına olanak tanıyor.

NESPRESSO INISSIA

Her fincanda aynı lezzet

Nespresso, sıradan kahvelerle yetinemeyenleri gurme kahve dünyasına davet eden yeni modeli Inissia'yı her zevke hitap edecek renk seçenekleriyle satışa sunuyor. Birbirinden farklı sertlik ve aromaya sahip kahve kapsülleri kullanan ve 19 bar basınç sistemi ile çalışan yeni makine, her fincanda aynı lezzeti sunmayı vaat ediyor. Yeni Inissia oldukça kolay ve hızlı bir şekilde kahve hazırlamaya imkan veriyor. Yuvasına kahve kapsülünü, 0,7 litrelik su haznesine de suyu koyduktan sonra hazır hale gelen kahve makinesi, 30 saniyelik süre içinde bardağa kahveyi dolduruyor. Küçük boyutlu olan ve ortalığı hiç kirletmeyen Inissia, bu sayede yalnızca mutfakta değil, oturma odasında hatta ofiste dahi kullanılabiliyor. Yeni seri, sekiz farklı renk seçeneğiyle bu aydan itibaren satışa sunuluyor. A enerji sınıfı yetenekli kahvecinin fiyatı ise 375 lira.



SAMSUNG GALAXY S5

Samsung'un atağı

Samsung, yeni akıllı telefonu Galaxy S5'i şubat ayında tanıttı. Uzun zamandır merakla beklenen Galaxy S5, arka kapağında kullandığı dokulu yüzey ve enteresan renkleriyle dikkat çekti. 5,1 inçlik Full HD ekranlı Galaxy S5, 2,2 GHz hızında dört çekirdekli işlemci ve 2 GB RAM'e sahip. Öte yandan parmak izi okuyucu, nabız ölçer ve suya toza dayanıklılık gibi özellikleri ilk defa bir Galaxy modelinde görüyoruz. İlk olma niteliği taşıyan özelliklerinden biri de "Download Booster". Bu özellik S5'e hem Wi-Fi hem de LTE bağlantılarını eşzamanlı olarak kullanma imkanı tanıyor ve kullanıcılar çok daha hızlı veri indirebiliyor. "Ultra Power Saving Mode" adı verilen özellikle ise Samsung Galaxy S5, pil tüketimini minimum seviyeye indirmek için ekranı siyah beyaza çevirerek gereksiz tüm özellikleri kapatıyor. Samsung'un iddiası, S5'in pil ömrünün S4'e göre yüzde 20 daha uzun olduğu yönünde.



İNTERNETTE SOKAKTA TEK KART

PAYPAL NAKİT KART



PayPal'ın TEB, MasterCard ve İnmal işbirliğiyle geliştirdiği PayPal Nakit Kart; Migros, Teknosa ya da PTT'lerden satın aldıktan sonra internet üzerinden kısa birkaç işlemle aktif hale getiriliyor. MasterCard'ın geçerli olduğu tüm noktalarda kullanılabilen ön ödemeli kart, yurtiçi ve yurtdışında kullanılabiliyor ve internetten alışveriş yaparken kendini güvende hissetmeyen kullanıcılara güvenli ve kapsamlı bir ödeme alternatifi oluşturmayı hedefliyor.

RYNO

Geleceğin ulaşım aracı



Otomobillerde bile tasarımın sınırları zorlanırken, daha ufak çaplı ulaşım araçlarında tasarımcıların hep aynı yerde sayacağını düşünmemiştiniz değil mi? Tek tekerlekli motosiklet RYNO, son teknolojinin ürünü yeni bir konsept. Elektrik enerjisi ile çalışan bu aracın fazla hızlı gittiğini söyleyemeyiz ancak üreticisinin, RYNO'nun daha ziyade günlük hayatta kat etmek durumunda kaldığımız kısa mesafelerde kullanılmasını öngördüğünü de unutmamak gerekiyor. Tek şarjla 16 kilometrelik menzile sahip araç, en fazla 16 km/s hıza ulaşabiliyor. 118 kilograma kadar ağırlıkları taşıyabilen RYNO, ultra kompakt yapısı sayesinde günlük hayatın hemen her yerinde kullanım alanı buluyor. Bu yılın ikinci yarısında satışa sunulması beklenen RYNO için 5 bin 295 dolara ön sipariş vermek mümkün.



LOGITECH UE BOOM

360 derece ses

Canlı renkleriyle gözlerimizi üzerinden ayıramadığımız Bluetooth destekli UE Boom, su sıçramalarına karşı dayanıklı bir gövdeye sahip. Gövdesinde iki adet 1,5 inçlik 4 ohm sürücü, iki adet de 2 inçlik pasif radyatörü bulunan UE Boom, Logitech ve Ultimate Ears'ın ortaklaşa çalıştığı bir ürün. Sesi 360 derece dağıtabilmesiyle müzik keyfini ileri boyutlara taşıyan bu küçük ama güçlü hoparlör, dinleyicilere her yönden aynı kalitede ses ulaştırabiliyor. Son ses seviyesinde dahi seslerde bozulma olmaması hoparlörün en büyük artısı. Hoparlör, 3-4 saat gibi kısa bir sürede şarj edilebiliyor. Tam olarak şarj edildiğinde ise 15 saate kadar kullanılabiliyor. Aynı anda iki hoparlör desteğiyle stereo ses deneyimi de yaşatan hoparlör, geliştirilen iOS/Android uygulamaları sayesinde eko/ayar ve alarm gibi fonksiyonlara da sahip. UE Boom'un satış fiyatı ise 599 lira.





NOKIA TREASURE TAG

Unutkanlığa çare

Evden anahtarlığınızı ya da cüzdanınızı almadan çıktığınız, çantanızı bir yerlerde unuttuğunuz günler, Nokia'nın kibrit kutusu büyüklüğündeki aksesuarı Treasure Tag'le tarih oluyor. NFC ya da Bluetooth üzerinden Lumia akıllı telefonlarla eşleşen cihaz, bağlı olduğu ya da içinde bulunduğu eşyadan uzak kaldığında yüksek bir sesle alarm veriyor. Yani sırt çantanıza Treasure Tag'lerden birini takıyorsa ve çantanızı almadan olduğunuz mekandan ayrılırsanız Nokia Treasure Tag, alarm çalıyor. Aynı anda telefon ekranında da bir uyarı beliyor.

PANASONIC LUMIX GH4

4K video kaydeden aynasız

Küçük gövdesine rağmen sunduğu video performansıyla özellikle profesyonel kullanıcıların ilgi gösterdiği Lumix GH3'ün ardından Panasonic, Lumix GH4 modelini tanıttı. Üstelik de bu seferki cihaz, 4K video kaydedebilen ilk değiştirilebilir lensli aynasız fotoğraf makinesi olma özelliği taşıyor. Sıvı temaslarına ve toza karşı dayanıklı magnezyum gövdeye sahip fotoğraf makinesi, 16 megapiksel çözünürlükte fotoğraf çekebiliyor. 25.600'e kadar ISO değerine sahip olan makine, saniyede 12 karelik çekim yapma imkanı sunan dört çekirdekli yeni işlemciyle geliyor. Panasonic Lumix GH4'ün öne çıkan diğer özellikleri arasında geliştirilmiş renk üretim sistemi ve gözlere otomatik olarak odaklanan Eye Detection otomatik odaklama vurgu sistemi yer alıyor.



EŞBER ERÜLGEN
esberulgen@ttmail.com



Yenikapı

BU konuya dönmemeye kaç defa karar verdim hatırlamıyorum. Daha geçen ay kendimi eleştirip bir şeyler yazmıştım ama olmuyor, 1949 veya 1950 gibi Yenikapı'da sondajlar ile başlayan METRO faaliyeti, 15 Şubat 2014 günü mutlu sona ulaştı. 64 / 65 yıllık uğraş sonunda METRO artık Yenikapı'ya gidiyor. Ne var bu Yenikapı'da derseniz, bugün hiçbir şey yok görünürde. O günlerde ise Çakıl ve Gar Gazinosu adlı iki müzikhol vardı. Müzeyyen Senar'dan, Hamiyet Yüceses'e dönemin en meşhurları icrayı sanat eylerdi bu gazinolarda. Arada sırada cinayet işlenir, adamlar öldürülürdü. Bir de tren istasyonu vardı. Hıyarı ile meşhur Langa bostanlarının sınır komşusu idi Yenikapı. Biraz ötesinde Samatya hiç değilse Küçük Paris diye anılırdı. Atalarımız bazı insanlar için "Yedisinde neyse yetmişinde de odur" demiş, deyim Yenikapı için de geçerli. Konuya kafayı takmış, bu KÖŞE'yi defalarca bununla meşgul etmiş bir kişi olarak, sonunda METRO ile Yenikapı'ya gittim.

Eski kovboy filmlerinde tren, bir yerde durur, etrafta lokomotife su almak için ahşap bir su kulesi, istasyon binası olarak kullanılan büyükçe bir baraka ve uçsuz bucaksız bir çölden başka bir şey yoktur. O istasyon niçin yapılmıştır, bilemezsiniz. Cowboy trenden iner, arkadaki yük vagonundan atını da indirir ve herhalde yaşam olan bir yere doğru yola koyulur...

Zannederim 20-25 dakika gibi bir sürede Levent'ten, Yenikapı'ya gelmiştik. İnilen yerden sadece Marmaray istasyonuna geçiş mümkün, başka bir bağlantı yok. Meselâ herhalde 300-400 metre mesafede olan İDO feribot iskelelerine yürüyen yol sistemleri ile ulaşım sağlanamaz mıydı? METRO'dan AVM'lere geçişi sağlayan planlar İDO iskelesi için neden uygulanmaz? Perondaki çok geniş ve çok çıplak atıl alanları yürüyen merdivenlerden seyrederek yeryüzüne çıktık. İşte o an damdan düşer gibi sözünü ettiğim kovboy filmleri geldi aklıma. Bu istasyon niçin buraya yapıldı?

Süre ve alan konusundaki rakamlarımı lütfen hoşgörün, yanılabilirim. Takriben 1 - 1,5 futbol sahası büyüklüğünde çırılçıplak bir alan. Önünden geçen Mustafa Kemal Caddesi ve kuş uçuşu 150-200 metre mesafedeki binaları bir an görmezden gelirseniz, ürküten bir yalnızlık hissettiriyor insana o çıplaklık. Benim adımlarımla Aksaray Meydanı 10-15 dakika sürer. Sahil Yolu'nun Yenikapı kavşağı ve İDO iskeleleri de keza aynı uzaklıkta!

Son durak teftişinden sonra gelelim güzergâha.

Şişhane'den sonra ilk istasyon HALİÇ, nerede biliyor musunuz? Uzun yıllar Haliç'in altından geçemeyince, sonunda çaresizlikten üstünden geçmek için, Mimar Sinan'ın kemiklerini sızlatarak, dünyayı ayağa kaldırarak yapılan hilkat garibesi köprünün tam ortasında. İsteyen Azapkapı, isteyen Unkapanı yönüne yaya olarak gidebilir, hem de deniz havası alarak. Azapkapı tam yerine denk gelmiş de, aksi istikamet ne Unkapanı, ne de Eminönü; Küçükpazar hizasında bir yer. Azapkapı'ya yürüyüp aksi istikamete yönelince ayaklarım isyan etti, ulaşamadım.

O köprü çok derin bir bataklık olduğu ifade edilen Haliç zeminine nasıl oturmuş, cahil kafam almadı.

Ana kolonlar üzerindeki kaynak izlerinin ne anlama geldiğini ise hiç çözemedim!.. Gerek köprü, gerek istasyonlar nâ tamam, bir şantiye görünüşünde, ama hiç çalışan yok. Bol miktarda "özel güvenlik" var.

Açılış için oluşturulduğu belli olan Azapkapı istasyon girişindeki çiçeklerle bezenmiş küçük parktaki banklarda güneşli günün tadını çıkaran yarım düzine güvenlikçi vardı. Güzergâhın tek mamur yeri o park.

İkinci durak Vezneciler ama henüz faaliyete geçmemiş. Yahu, Vezneciler aşağı yukarı Beyazıt sayılır, tamamen çaprazda kalır, Yenikapı'ya gitmek için Beyazıt'a çıkmak ne iştir? Yer altından giderken, pusula yön tayini yapamıyor olmalı, çaprazdan Beyazıt'a çıkmış.

Sıkı durun dostlar! Şimdi de Aksaray'a bağlanmak için FÜNİKÜLER yapılacakmış, biri bana şaka olduğunu söylesin lütfen..

Yol üstündeki, Unkapanı, Saraçhane ve Aksaray gibi üç ana merkeze uğramadan, altından geçip Yenikapı'ya giden ekspres metro hattımız, hayırlara vesile olsun.



MEHMET MURATOĞLU
mehmet@etkinyonetim.com

Liderler, geleceğe ne kadar hazırlıklı?..

"Strateji devrimdir, geriye kalan her şey ise taktikdir. Strateji ait üst edici olmalı ve statükoya meydan okumalıdır." Gary Hamel

KURULUŞLARI geleneksel söylemlerin dışında, bambaşka, çarpıcı bir gelecek görüntüsü için değiştirmeyi planlayanlara, son derece ilham verici önemli tavsiyeler veren ve fikirleriyle yönetim düşüncesinde yaratıcılığı ön plana çıkaran, inovatif düşünceyle 21. Yüzyıl liderlerine rehberlik edeceğine inandığım bir kitap okudum geçenlerde. "Şimdi Ne Yapıyoruz? (What Matters Now)", yazarı: Gary Hamel. Son yirmi yıl içinde Harvard Business Review için 17 makale kaleme aldı ve dergi tarihi boyunca yazıları en çok yeniden basılan yazar unvanına sahip oldu. Ayrıca, Wall Street Journal, Fortune, The Financial Times ve dünyanın önde gelen birçok yayın organında yazıları yayınlandı. Şimdi de yazarın son yazdığı bir diğer kitabını, Devrimin Başına Geçin'i (Leading The Revolution) okumaya hazırlanıyorum. Sonuçta, Hamel'in akıcılığına kaptırdığım yazılarından ve düşüncelerinden etkilendiğim şekliyle sizlerle paylaşmayı istediğim temel kavramların başında geleceğe hazırlanan liderler gelmektedir.

Bugünden geleceği imzalamaya niyetli olan liderlerin, gerçekten neyin önemli olduğuna net bir biçimde hazırlanması gerekirdi. Örgütleri adına kendilerine sormaları için hazırlanan şu sorulara dikkat etmeleri gerekli görülmektedir. "Önümüzdeki yıllarda yönettiğim organizasyonu daha ileriye nasıl götüreceğim, buna en başta kendim ne kadar hazırlıklıyım? Örgüt batacak mı çıkacak mı?" ve bunu etkileyecek kararlarım ve ölüm kalım niteliğindeki meydan okumalarıma ne kadar sıkı hazırlandım?

Geleceğe hazırlanmak için liderlerin menüsünde beş temel konu var. Değerler, İnovasyon, Uyarlanabilirlik, Tutku ve İdeoloji. Bunlar çok tonlu ve ince ayrımlı konular. Bunların üzerine, bilinen, alışıldık yönetim klasikleriyle gidilemeyeceği, akıntının yönünde kendini bırakarak rahatlamaya çalışmanın yetmeyeceği bir durumdayız. Liderler, yukarıda bahsedilen beşliden hangisi veya hangileriyle çok daha fazla ilgileniyorlarsa, o konuyu ele alarak başlamaları gerekmektedir. Bu beşliden kısa kısa hatırlatmalar yaparak konunun önemini vurgulamaya çalışayım. Bir örgüt içinde herhangi bir düzeyde liderlik konumunda bulunan kişiler; kariyerler, yetkinlikler, kaynaklar, çevre ve örgütsel değerlerden sorumlu rehber olarak kendilerini görebilirler. Bunu da yaparken beş önemli koşul yerine getirilmelidir. Bunlar: Bağlılık, Yardımseverlik, Sağduyu, Sorumluluk, Hakkaniyet. Ancak, bu erdemlerin son yıllarda çoğu yönetici tarafından sahiplenilmediğini ve örgütünden daha çok sayısal değerlere kendini odakladıkları görülmektedir.

İkinci bir koşul; yenilenmenin ve değişimin bağılımlısı haline gelmek için de her şeyiyle inovasyona bağlı kalınması gerekliliğini de gözden kaçırmamız gerekir.

Bugün tüketici alışkanlıklarındaki yenilikler, sunulmaya çalışılan sonsuz seçenekli lüks kullanım ihtiyacı, insanoğlunun rahat yaşam sürmesi için yaratılmaya çalışılan inovatif çalışmaları daha da hızlandırmakta, artırmaktadır. Kullanıcıların sürekli çözüm talep eden bir düzen içinde yer aldığının unutulmaması gerekir. Bu amaçla sunulan her yenilik gelecek için yeni bir talep yaratacaktır. O halde unutulmaması gerekenler; İnovasyonun geçici bir moda olmadığı ve hayatın tek gerçeği olduğudur.

Üçüncüsü, uyarlanabilirlik. Acaba birkaç yüzyıl sonra insanlar bulunduğumuz, anlam kazandırmaya çalıştığımız çağımızdan nasıl bahsedecekler? Artık, değişim biçimi de hızla değişmektedir. İnsanların değişimin hızını yakalayamaması gibi bir sorunla karşılaşması da söz konusudur. Bu nedenle insanoğlu, değişme tarzını da değiştirmek zorundadır.

Dördüncüsü, çalışanlar için en önemli kavramlarından biri; aidiyetlik hissettiği kuruma karşı olan bağlılığıdır. Bununla beraber üst yöneticilerin çalışanların refahına ilgisi gibi konuları içeren işyeri bağlılığını belirleyici ölçütleri bulunmaktadır. Ancak, her yıl binlerce yöneticiyle yapılan araştırmalarda, çoğunun gözünde çalışan bağlılığı ne birinci, ne ikinci, ne de üçüncü sırada yer almaktadır. Açıklanması gereken şey; yönetim kademelerinin çalışanlarını, böylesine yok saymayı nasıl başardıklarıdır. Beşinci koşul ise; kurumların daha uyarlanabilir, daha dönüşümcü, daha değişim yanlısı ve daha köklü fikirlere sahip bir hale gelmesini önleyen, yöneticilerin kökleşmiş inançlarıdır. Onları da sınırlayan, maalesef yönetim ideolojileridir.

Sağlık haberlerimiz, kardeş yayınlarımız Eczacı ve Bizim Eczacı dergilerinden alınmaktadır.



PROF. DR. EKREM SEZİK
Türk Fitoterapi Derneği Başkanı
ekrmsezik@gmail.com

Duvarlarımızın süsü sarmaşık aynı zamanda iyi bir öksürük ilacı olarak kullanılabiliyor.

Sarmaşık yaprağı



Bahçelerimizde hatta evlerimizde duvarların süsü sarmaşık, son yıllarda yapılan çalışmalarla iyi bir öksürük ilacı oldu. Sarmaşık yaprakları Avrupa'da halk ilacı olarak soğuk algınlığı ve öksürüğe karşı kullanılmış, daha sonra değişik preparatları halinde ve aynı amaçlar için kullanılmaya başlanmış. Son 20 yılda yapılan bilimsel araştırmalar sonucu iyi bir bitkisel ilaç olarak piyasadaki yerini almıştır.

Her sarmaşık yaprağı kullanılabilir mi?

Hayır. Avrupa Farmakopesi yani ilaç ve ilaç hammaddeleriyle ilgili kalite standartlarının bulunduğu yayın, sarmaşığın baharda toplanıp kurutulmuş yapraklarının en az % 3.0 hederakozit C taşımasını ister. Hederakozit C sarmaşık yaprağının etkisini sağlayan maddelerden birinin bilimsel adı. Ayrıca yaprak çay olarak değil, daha çok yoğun çözeltileri veya kuru özütleri halinde kullanılmakta.

Sonuç
Sarmaşık özütlerinden hazırlanan bitkisel ilaç ve bitkisel tıbbi ürünler; akut solunum yolu ve enflamasyonlu kronik bronşial hastalıklarda belirtileri giderici ve iyi bir ekspektoran olarak tedavide kullanılmaktadır. Çocuklarda kullanımı ile ilgili pek çok pozitif sonuç veren yayın bulunmakta. Dolayısıyla çocuklar için de iyi bir ekspektoran olarak düşünmek gerekir.

Kullanış

Avrupa İlaç Kurumu, sarmaşıktan değişik dereceli alkolle yapılan ekstraksiyon sonucu elde edilen yoğun çözelti ve özütlerin bitkisel ilaç ve geleneksel bitkisel tıbbi ürün olarak kullanımını kabul etmektedir. Kabul edilen kullanımlar: Soğuk algınlığı ile seyreden ve diğer sebeplere bağlı öksürükte ekspektoran (Balgam söktürücü) olarak kullanılabilir.

Klinik çalışmalar

Sarmaşık yoğun çözeltisi veya kuru özütü ile pek çok klinik çalışma (Hastalar üzerinde yapılan deneyler) yapılmıştır. Çocuklar üzerinde yapılan çalışmalardan biri şöyle : 2012 yılında sarmaşık şurup ve damlası kullanılarak, akut (had safhada) veya kronik (süregelen) bronşitli 0-12 yaş arasındaki hastalara 14 gün süre ile ilaç verilmiş. Süre sonunda rinit, öksürük ve koyu balgam yd. öksürük veya bronşit belirtilerinin tamamen yok olduğu veya çok azaldığı tespit edilmiş. % 1.9 gibi düşük bir oranda çok hafif yan etkiler görülmüş. Dolayısıyla çocuklarda öksürükte etkili ve emin bir ilaç olduğu belirtilmekte.

Sarmaşık yaprağı özütünün diğer etkileri

Yapılan değişik araştırmalar, sarmaşık yaprağı özütünün spazm giderici etkisinin de bulunduğunu göstermiş. Yapısındaki maddelerin etkileri de çalışılmış. Mesela: Hederakozit C ve diğer maddelerin antiviral, antifungal, enflamasyon giderici, karaciğer koruyucu gibi etkileri de bulunmuş. Bu çalışmalar yeni çalışmalardır ve devam etmektedir. Bu hususu göz ardı etmeyelim.

Kullanımla ilgili önemli hususlar

Piyasadaki preparatlar, değişik yüzdelerdeki alkol kullanılarak yaprakların ekstre edilmesi ile hazırlandığı için, kullanılan ekstre tiplerine göre değişik dozlar uygulanmakta. 2-4 yaş arası ve 2 yaşın altında kullanılması durumunda, bazen solunum sisteminde bazı reaksiyonlar meydana gelmiş. Dolayısıyla, 2-4 yaş arası çocuklar için "hekime danışmadan vermeyiniz" uyarısı var.

Hederakozit C ve diğer etkili maddelerin önemli bir kısmı bilimsel adı "saponin" olan gruptan. Saponin taşıyan drogların yüksek dozda kullanımında bazen midede tahriş meydana gelebileceği için bulantı, kusma, ishal gibi yan etkiler görülebilir. Ayrıca, ülser ve gastritli hastalar kullanırken dikkat etmeli, Yeterli veri olmadığı için hamile ve emzikli-lerin kullanması tavsiye edilmiyor.

Doğa canlanırken siz yataklara düşmeyin!

Mevsim geçişlerinde ani hava değişimleri bağışıklık sistemini olumsuz etkileyip sizi hasta edebilir. Bu dönemde ileride astıma dönüşebilecek alerjik rahatsızlıklara dikkat etmek gerekiyor.

Hareketlilik, yorgunluk ve mutsuzluk hissi, tüm yüzyıllar boyunca insanlarda ağırlıklı uykuya dalamamak, uyanamamak ve sürekli bunalmalı hali bahar yorgunluğunun belirtileri arasındadır. Bahar yorgunluğu zannedilen bazı belirtilerin altından kansızlık, hipotiroidi (tiroid bezinin az çalışması) gibi başka hastalıklar da çıkabilir. Bahar mevsimi, kişinin psikolojik durumunu da etkiler. Bahar depresyonu, mevsimsellik göstermesi dışında genel olarak diğer depresyonlara benzer belirtiler taşıyan bir hastalıktır. Özellikle risk grubunda bulunan bebekler, 65 yaşın üzerinde olan kişiler, astım dahil kronik akciğer hastaları, kalp ve böbrek hastalıkları olanlar ve bağışıklık sistemini zayıflatan ilaç kullanan hastalar risk grubundadır. Hastalıktan korunmanın yolu bağışıklık sisteminin güçlü tutulmasıdır.





Azı karar YAĞ çoğu zarar

Yağlar, karbonhidrat ve proteinlerle birlikte insanların beslenmelerinde çok önemli yer tutar. Vücudun gizli enerji kaynağı olan yağların 1 gramı 9 kalori enerji sağlıyor. Sağlığınızın olmazsa olmazlarından biri olan yağlar, aynı zamanda sağlığımızın en büyük düşmanı da olabiliyor. Fazla yağ tüketme ve yağ birikmesi başta kalp damar sağlığı olmak üzere pek çok ölümcül sonuçlara yol açabilir.

Beslenmemiz için gerekli olan unsurlardan biri olan yağların 1 gramının 9 kalori enerji sağladığını ve vücut tarafından üretilemeyen esansiyel yağ asidi grubunun vücuda alındığında daha uzun zincirli yağ asitlerine dönüştüğünü biliyor muydunuz? Daha uzun zincirli yağ asitlerinin prostaglandin gibi hormonların habercisi olan eikosanoidlerin yapı taşlarını oluşturduğunu ve hormon benzeri bu maddelerin, hücre zarı oluşumunda etkili ve kan pıhtılaşması, yaraların iyileşmesi ve inflamasyonda görev alıyor.

Beynin kuru ağırlığının yaklaşık yüzde 15-30'unu oluşturan yağ asitleri nöral büyüme atağının gerçekleştiği gebeliğin son trimesterinden (7.,8.,9. aylar) 2 yaşa gelinceye kadar yüksek oranda birikmeye başlar. İlk 6 ay süresince bebeklerin tek besin kaynağı olarak anne sütü tüketmeleri, anne sütü almayanların ise anne sütünün içeriğine yakın DHA ile zenginleştirilmiş mama tüketmeleri önerilir.

Neden her gün yağ tüketmeliyiz?

Gıdalara lezzet verirler.
Önemli organların etrafını sararak onları sarsıntı gibi durumlara karşı korurlar.
Proteinlerle birleşip lipoproteinleri oluşturarak hücrenin yapı maddelerini meydana getirirler.
Yağlar da karbonhidratlar gibi vücudun ısı ve enerji kaynağıdır.
Normal doku çalışması için önemlidir.
Besinler ile alınan yağlar, yağda eriyen vitaminlerin (A, D, E, K) emilmelerini ve taşınmalarını sağlarlar.
Yağlar enerji olarak depo edilebilir.
Damar, sinir ve organların korunmasında yardımcıdır.
Retina ve beyin gelişimi gereklidir.
Isı değişimlerine karşı yalıtım görevi yapar.
Midenin boşalma zamanını geciktirerek, tokluk hissi verir.
Deri yapısının devamlılığı için gerekli olan temel yağ asitlerini sağlar.

NEDEN BALIK YAĞI TÜKETMELİYİZ?

Balık yağı genellikle balık eti ya da balık karaciğerlerinden elde edilir.
Balık yağları beyin için son derece gerekli olup; hafızayı güçlendirmek, enerjiyi ve konsantrasyonu artırmak, alzheimer hastalığını, yaşlılığa bağlı depresyon gibi sorunları azaltmak için balık tüketilmelidir.
Balık yağı tümör gelişimini yavaşlatır.
Balık yağları ayrıca çocuk gelişimi için gereken yağ asitlerini uygun oran ve yeterli miktarda içerdiğinden çocukların diyetinde yer alması önemli bir ihtiyacı karşılar.
Uskumru, ringa, tuna, somon, sardalye gibi soğuk su (dip) balıkları yağlı olup, Omega-3'ten zengindir.
Omega-3'ten zengin gıdalar ile beslenenlerde takviyeye gerek olmayabilir.
Yaygın kanının aksine balık yağı şişmanlatmaz. Omega-3 yağ asitleri şekerlerden yağ yapan yağ asit sentez enzimini inhibe ederek yağ depolanmasını azaltır. Ekmek, süt ürünleri, soslar ve margarin gibi gıdaların yer aldığı bu ürün grupları, Omega-3 ve Omega-6 yağ asitleriyle zenginleştirilmiş çeşitli gıdalar çoklu doymamış yağ asidi alımını artırmak için önemli alternatifler sunar.



YAĞ YAKMAYA YARDIMCI GIDALAR

Tarçın
Yapılan çalışmalar tarçının kan şekeri seviyesini düzenlemede yardımcı olduğunu göstermiştir. Diyabette iştahı azaltmak için kullanılabilir. Tatlıdan vazgeçemem diyenlerdenseniz kalori eklemeden tat almak için kahve, çay, ya da yoğurdun içine karıştırın.

Yeşil çay
Bazı çalışmalar yeşil çayın karın yağı yakarak vücudu uyardığı ve kilo kaybını teşvik ettiğini göstermiştir. Metabolizmayı etkileyen fitokimyasal bir yapı içerir. Kilo kaybı konusunda yeşil çaydan destek almak istiyorsanız günde birkaç fincan içmeniz gerekebilir.

Greyfurt
Sindirimi uzun süren ve bol miktarda lif içeren greyfurt; yağ yakıcı özelliğe sahip olmasa da daha az kalori alarak kendinizi tok hissetmenize yardım eder. Yemekten önce yarım greyfurt yer ya da yarım bardak greyfurt suyu içerseniz yemek sırasında daha az yemenizi sağlar.

Karpuz
Su içeriği yüksek olan gıdalar bağırsaklarda daha fazla yer kaplar; bu da yemek için daha az yer bırakır. Birçok çiğ meyve ve sebze de su içeriği yüksek olduğu için midede çok yer kaplarken düşük kalori almanızı sağlar. Karpuz likopen açısından zengin bir kaynaktır ve gün için bazı A ve C vitaminleri almanıza da yardımcı olur.

Armut ve elma
Armut ve elma da lifli meyveler olduğu için su içerikleri yüksektir. Suyu yerine kendilerini yemek hem daha fazla lif almak hem de efor harcamak açısından daha sağlıklıdır.



FAZIL KARAMAN
f.karaman@fkymm.com



Kurumların aktiflerindeki taşınmazların satışında vergi istisnaları:

KURUMLARIN aktiflerinde en az 2 yıl süreyle yer almış olan taşınmazların satışından doğan kazancın % 75'i bazı şartlarla kurumlar vergisinden istisna edilmiştir. (Kurumlar Vergisi Kanunu Madde:5/1-e) Taşınmaz ticareti veya kiralanmasıyla uğraşılmaması, satış bedelinin satışı takip eden 2. yılın sonuna kadar tahsil edilmesi en önemli şartlardandır.

1 No'lu Kurumlar Vergisi Genel Tebliğinde faaliyet konusu menkul kıymet veya taşınmaz ticareti ve kiralanması olan kurumların bu amaçla iktisap ettikleri ve ellerinde tuttukları kıymetlerin satışından elde ettikleri kazançlar için istisnadan yararlanmalarının mümkün olmadığı ifade edilmiştir. Vergi idaresinin bazı özelgelerinde; kurumun ana sözleşmesinde taşınmaz ticareti yapacağına dair ifadeler olması fiilen bu ticaretle uğraşmamasına rağmen istisnadan yararlanmasına engel olarak görülmüştür. Özelgelerdeki bu görüşe katılmıyoruz. Ancak, idarenin özelgeleri esas alınarak vergi incelemelerinde bu yönden denetim yapılabilir.

İstisna satışın yapıldığı yılda uygulanacak olup, satış kazancı yıl içinde dönem gelir tablosunda yer alacak, ancak istisna kazanç tutarı takip eden yılbaşından itibaren kurumlar vergisi beyannamesinin verileceği tarihe kadar geçen süre aralığında söz konusu yıl kazancından çıkarılarak bilanço pasifinde bir fon hesabına alınacak ve en az 5 yıl süreyle bu hesapta tutulması gerekecektir. Fonun sermayeye eklenmesine izin verilmiştir.

Varlık kiralama şirketlerine kira sertifikası amaçlı satışlarda ve geri alışlarda, finansal kiralama şirketleriyle yapılan sat kirala ve geri al şeklindeki işlemlerde istisna % 100 olarak öngörülmüş ve 2 yıl aktifte tutulma şartı aranmamıştır.

Diğer taraftan, bankalara ve TMSF'ye borçlu kurumların ve kefilleri ile ipotek verenlerinin taşınmazlarının bu borca karşılık bankaya veya TMSF'ye devrinde (borcun tasfiyesine isabet eden kısımla sınırlı olarak) doğan kazancın tamamı ile daha sonra bankaların bu kıymetleri satışından doğan kazancın % 75'i de bir başka bentle kurumlar vergisinden istisna edilmiştir. (Kurumlar Vergisi Kanunu Madde:5/1-f)

Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 5. Maddesinin 3. Fıkrası dayanak gösterilerek istisna kapsamındaki taşınmazların satışından doğan zararın % 75'inin (tam istisna olanlarda % 100'ünün) kurum kazancının tespitinde gider olarak indirilemeyeceği yönünde özelgeler mevcuttur. Hatta, bunu yapmayan mükellefler aleyhine cezalı tarhiyat da yapılabilmektedir.

(Anılan Fıkra, istisna kazançlarla ilgili giderlerin veya istisna kapsamındaki faaliyetlerden doğan zararların istisna dışı kurum kazancından indirilemeyeceği yönünde hüküm içermektedir)

Gider Vergileri Kanunu'nun 29/v Maddesi ile yukarıda belirtilen Kurumlar Vergisi istisnası kapsamındaki işlemler dolayısıyla lehe alınan paralar Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinden de istisna edilmiştir. İstisna lehe alınan paranın tamamını kapsamaktadır. (Gelir İdaresi Başkanlığı'nın 16.1.2007 tarihli 1389 sayılı özelgesi)

KDV Kanunu'nun 17.Maddesinde de Kurumlar Vergisi Kanunu'nun yukarıda yer verilen istisnalarına benzer hükümler mevcuttur. Ancak, 17. Maddede satış bedelinin nakden tahsili, satış kazancının fona alınması gibi şartlar sayılmamıştır.

Damga Vergisi Kanunu'na ekli 2 Sayılı Tabloda da; Kurumlar Vergisi Kanunu'nun yukarıdaki Maddesi kapsamındaki işlemlerin damga vergisinden istisna olduğu hükmü bulunmaktadır.

Tapu harçlarına gelince; sat ve geri kirala şeklindeki işlemlerde düşük oranlı harç uygulaması ve istisna, SPK Madde:38/A çerçevesindeki konut finansmanı amaçlı finansal kiralamalarda istisna ve başka bazı özel düzenlemeler dışında satışlar genel olarak harca tabi bulunmaktadır.

ING Emeklilik'te yeni genel müdür yardımcısı

Kraft Foods Türkiye'de İnsan Kaynakları İş Lideri ve Yetenek & Organizasyonel Etkinlik Müdürü olarak görev alan Başak Beleli, ING Emeklilik İnsan Kaynaklarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı ve Türkiye Yönetim Ekibi Üyesi olarak atandı.


Başak Beleli

ING Emeklilik'te İnsan Kaynaklarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı ve Türkiye Yönetim Ekibi Üyesi görevine atanan Başak Beleli, Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nden 1996 yılında mezun olduktan sonra, kariyerine aynı yıl Procter & Gamble'da Finansal Analist olarak başladı. Aynı şirkette 2005 yılına kadar sırasıyla Finans Müdürü ve Finans Grup Müdürlüğü görevlerinde bulundu.

Başak Beleli, 2008'de Cadbury Türkiye'de İnsan Kaynakları Müdürü olarak göreve başladı ve bu görevi 2010 yılına kadar sürdürdü. Son olarak Kraft Foods Türkiye'de İnsan Kaynakları İş Lideri ve Yetenek & Organizasyonel Etkinlik Müdürü olarak görev alan Başak Beleli, 24 Şubat itibarıyla ING Emeklilik İnsan Kaynaklarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak atandı.

Allianz'da yeni Kurumsal İletişim Başkanı

Sigorta ve emeklilik sektörünün lider şirketi Allianz Türkiye'nin Kurumsal İletişim Başkanlığına iletişim sektörünün tecrübeli ismi Fatmanur Erdoğan getirildi.


Fatmanur Erdoğan

Erdoğan, Allianz çatısı altında faaliyet gösteren Allianz Sigorta, Allianz Hayat ve Emeklilik, Allianz Yaşam ve Emeklilik ile Yapı Kredi Sigorta şirketlerinin kurumsal iletişim çalışmalarına yön verecek.

'Beyaz Yakalı Girişimci' kitabının yazarı olan Fatmanur Erdoğan Türkiye'nin ilk kariyer ve yönetim bloğunun kurucusu.

Yurtdışında 10 yıl yaşadıktan sonra, BSH Bosch ve Siemens Ev Aletleri şirketinin Kurumsal İletişim Departmanı'nı kuran ve yöneten Erdoğan, Abdi İbrahim İlaç Sanayii'nin kurumsal sosyal sorumluluk süreç tasarım çalışmalarını başlattı. The Coca-Cola Company'nin 91 ülkeden oluşan Coca-Cola Avrasya ve Afrika Grubu'nun kurumsal ilişkiler ve sürdürülebilir gelişim stratejilerinin oluşturulmasında etkin bir rol alan Fatmanur Erdoğan, 2008-2012 yılları arasında Hürriyet Daily News'te girişimcilik konusunda köşe yazarlığı yaptı. Pazarlama alanındaki çalışmalarıyla Ventura County, California Addy Awards gümüş ödülüne layık görülen Erdoğan, Pacific Coast Business Times tarafından '40Under40' genç girişimci lider ödülünü kazandı.

HOMER gücüne Mehmet Tanel'i ekledi

Sigorta sektöründe hizmet sağlayıcı olarak son derece deneyimli yöneticilerden olan Mehmet Tanel, 1 Nisan 2014 itibarıyla HOMER Auto Service Yönetiminde göreve başladı.


Mehmet Tanel

Liseyi İngiltere'de, işletme eğitimini Amerika'da tamamlayan Tanel, daha sonra Türkiye'ye dönerek 1987 – 2000 yılları arasında çeşitli bankalarda çalıştı. 2001 yılında göreve başladığı Inter Partner Assistance'da sırasıyla, Satış ve Pazarlama Koordinatörü, Genel Müdür Yardımcısı ve son olarak Kasım 2009 – Şubat 2014 arasında Genel Müdür olarak çalıştı. Mehmet Tanel evli ve çok iyi derecede İngilizce biliyor. HOMER Auto Service bünyesine kattığı bu tecrübe ile hizmet organizasyonunda kalitede çıtayı daha da yükseltmeyi hedefliyor.



5 NİSAN

ZARİF VOKALİYLE BİRSEN TEZER SAHNEDE

Bülent Ortaçgil, Erkan Oğur, İlhan Şeşen ve Hüsnü Arkan gibi önemli müzisyenlerle ortak çalışmalar gerçekleştiren Birsen Tezer, ilk albümü "Cihan"ı 2009'da yayınladı. Albümde kendi bestelerinin yanı sıra Bülent Ortaçgil, Erkan Oğur, İlhan Şeşen ve Zafer Cınbıl'ın eserlerini de yorumlayan Tezer'in, "İkinci Cihan" adını taşıyan son albümü ise geçtiğimiz sene yayınlandı. Ortaçgil'in "Sen" albümünde 'İstediğini Yap' isimli şarkısına vokal de yapan Tezer ayrıca, Hüsnü Arkan'ın 'Hoş Geldin' isimli şarkısına kendisiyle düet gerçekleştirdi. Birsen Tezer'i, Salon İKSV, İstanbul'da dinleme fırsatını kaçırmayın.



7 NİSAN

MFÖ ŞARKILARI BU KEZ BKM'DE SÖYLENİYOR

Mazhar Alanson, Fuat Güner ve Özkan Uğur'un unutulmaz şarkılarını seslendireceği Beşiktaş Kültür Merkezi, İstanbul konserini kaçırmayın.



8 NİSAN

ELEKTRONİK-CAZ SEVENLERE 'HIDDEN ORCHESTRA' KONSERİ

Multi-enstrümantalist Joe Acheson önderliğinde kurulan elektronik-caz kolektifi Hidden Orchestra'nın Salon İKSV, İstanbul'daki konserini kaçırmayın.



8 NİSAN

BABYLON'DA INDIE-POP PERFORMANSI

Brian Oblivion ve Madeline Follin ikilisinin indie-pop projesi Cults, Radyo Eksen'in katkılarıyla Babylon İstanbul sahnesinde yer alacak.



9 NİSAN

IYEOKA İSTANBUL'A GELİYOR!

"Simply Falling" şarkısıyla tanınan sanatçı Iyeoka Okoawo'nun beğenilen sesini Babylon, İstanbul'da dinleme fırsatını yakalayabilirsiniz.



9 NİSAN

THE SOULJAZZ ORCHESTRA İKSV'DE

Kanadalı caz, funk, soul, afrobeat kolektifi "The Souljazz Orchestra" konserini dinleme fırsatını Salon İKSV, İstanbul'da yakalayabilirsiniz.



11 NİSAN

GÖRSEV VE HARRIS PERFORMANSI İÇİN ANKARA'YA!

Caz müziğin güçlü iki yorumcusu Kerem Görsev ve Allan Harris'in performansını MEB Şura Salonu, Ankara'da dinleyebilirsiniz.



11 NİSAN

ESKİLERDEN BİR NEFES: YENİ TÜRKÜ KONSERİ

Türk pop müziğinin en eski isimlerinden "Yeni Türkü", unutulmayan şarkılarını Kat 3 - Ataevler, Bursa'da seslendiriyor.



12 NİSAN

BOSTANCI'DA POP MÜZİK ŞARKILARI...

Yıllardır birlikte olduğu orkestrası ve dansçılarıyla Nilüfer, uzun bir aranın ardından Bostancı Gösteri Merkezi, İstanbul'da.



16 NİSAN

INDIE-ROCK MÜZİSYENİ KURT VILE İSTANBUL'DA

ABD'nin ünlü indie-rock müzisyeni ve şarkı yazarı Kurt Vile'ın Salon İKSV, İstanbul'daki konserini izleme fırsatını yakalayabilirsiniz.



21 NİSAN

ÜNLÜ PİYANİSTİN RESİTALİNİ KAÇIRMAYIN

Dünyaca ünlü piyanist ve besteci Fazıl Say'ın klasik müzik bestecilerinden eserleri seslendireceği resital Beşiktaş Kültür Merkezi, İstanbul'da gerçekleşecek.



Dünya çapında bir perküsyon ustası olarak isminden sıklıkla söz ettiren Burhan Öçal, değişik müzik stillerine kattığı yorumlarla ses getiriyor. Öçal, Avrupa'da verdiği solo konserler, katıldığı uluslararası şovlar, ortak projeler ve çıkardığı albümler ile yurtdışında Türkiye'yi temsil eden uluslararası sanatçılarımız arasında. Darbuka, kös ve her tür perküsyon enstrümanının yanı sıra, divan-saz, tambur ve ud gibi telli Türk çalgılarının da ustası olan Öçal, özgün müziğine güçlü sesi ile eşlik ediyor. Burhan Öçal'ın yeni projesini, İzmir AKM Yunus Emre Salonu'nda dinleme fırsatını kaçırmayın.

FARUK ÖMRÜUZAK
fomruuzak@yahoo.co.uk



Sevmek mi, yoksa sevilmek mi?

GÖRDÜM seni sevdim güzelim gonce-i tersin

Sevmek mi güzel yoksa sevilmek mi ne dersin?

Ben ağlıyorum sen de mi bitab-ı kedersin?

Sevmek mi güzel, yoksa sevilmek mi ne dersin?

Güftesi Hüseyin Siret Özsever'e ait çok sevdiğim bu şarkı, İrfan Doğrusöz tarafından aceməşiran makamında bestelenmiş.

Şair, sevmenin mi yoksa sevilmenin mi daha güzel olduğu konusunda kararsız görünüyor. Haksız da değil.

Acaba hangisi güzel?

Şarkıdaki sevgi farklı cinsteki iki kişi arasındaki sevgiyi anlatıyor. Oysa sevgi ve sevmek kavramları çok geniş bir anlam taşıyor ve Allah sevgisi, doğa sevgisi, vatan sevgisi, ana baba sevgisi, evlat sevgisi, hayvan sevgisi, kişinin kendisini sevmesi, karşı cinse duyulan sevgi gibi soyut kavramlardan, para sevgisi, mal mülk sevgisi, makam sevgisi gibi daha materyalist kavramlara kadar uzayabiliyor.

Sevmek aktif bir iş, emek gerektiriyor. Sevilmek ise pasif bir durum ama sevilmek de kendiliğinden olmuyor, o da emek gerektiriyor.

Sevmek zor zenaat. Zor zenaat ama bir yerden başlamak lazım. Başlangıç noktası kişinin önce kendisini sevmesi olmalı. Kendisini sevmeyen kendisiyle barışık olmayan kişilerin başkalarını sevmesi çok kolay olmamalı... Burada sevgiyle paralellik gösteren bir kavram daha var, o da saygı. Saygı, sevginin ikiz kardeşi.

Başkasına karşı sevgi ve saygı önce kişinin kendisine karşı olan sevgi ve saygısından geçer. Kendisini sevmeyen başkasını sevmekte zorluk çekebilir. Ancak kişinin kendisine olan sevgisi de bir sınır içinde olmalıdır. Aksi durum marazi bir hal alır ki, buna narsizm denir.

Narsizm adını Yunan mitolojisindeki Narkissos'dan almış.

Narkissos çok yakışıklı bir avcıdır. Kendine âşık olanlara aldırmayıp, onları karşılıksız bırakan ve çok güzel bir peri kızı olan Ekho, bir gün avlanmakta olan Narkissos'u görür ve âşık olur. Ancak Narkissos bu sevgiye karşılık vermeyerek, peri kızının yanından uzaklaşır. Ekho bu durum karşısında günden güne eriyerek, kara sevda ile içine kapanarak ölür. Bütün vücudundan arta kalan kemikleri kayalara, sesi ise bu kayalarda "eko" dediğimiz yankılara dönüşür.

Olimpos dağında yaşayan tanrılar bu duruma çok kızar ve Narkissos'u cezalandırmaya karar verirler. Günlerden bir gün av izindeki Narkissos susamış ve bitkin bir şekilde bir nehir kenarına gelir. Buradan su içmek için eğildiğinde, sudan yansıyan kendi yüzü ve vücudunun güzelliğini görür. O da daha önce fark edemediği bu güzellik karşısında adeta büyülenir. Yerinden kalkamaz, kendine âşık olmuştur. O ana dek kimseyi sevmediği kadar, sevmiştir kendi görüntüsünü. O şekilde orada ne su içebilir ne de yemek yiyebilir, aynı Ekho gibi Narkissos da günden güne erimeye başlar ve orada sadece kendini seyrederek ömrünü tüketir.

Narsizm, kişilik bozukluğu olup, kişinin kendisini sevmesinin zirve noktasına ulaşmış halidir. Narsistler kendilerini dev aynasında görmek, başkalarını düşünmemek, en ufak bir eleştiriyi onur konusu yapmak gibi ciddi kişilik bozuklukları gösterirler. Başkalarının düşüncelerine asla önem vermezler, pohpohlanmayla kendilerini mükemmel hissederler, gururlu, kibirli ve mağrur olurlar. Yaptıkları her işte insanların hayranlığını kazanmaya ve mükemmelliklerini ve üstünlüklerini ispatlamaya çalışırlar, kibirli olurlar, egoisttirler, özgüvenleri yoktur, kıskançtırlar, sabırsızdırlar, dikkatsizdirler. Böyle davranmakla kendi sonlarını hazırlarlar.

Maalesef etrafımıza baktığımızda bu özellikleri barındıran kişilerin hiç de az olmadığını görmekteyiz.

Önce kendimizi severek işe başlayalım dedik ama bu sevgi narsizme dönüşmesin. Aksi halde başka şeyleri sevmek fırsatını kaçırmış oluruz.

Dedim ya sevmek zor zenaat.

Bize sevmenin ve sevilmenin en basit, en saf hali lazım; saygıya dayalı olanı...



ALİ ERÜL
alierul@gmail.com

Çimlere basmak

KONUNUN uzmanı dedi ki: "Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin 'Ağırlaştırılmış Müebbet Hapis' ile ilgili İngiltere kaynaklı bir karara dayandırdığı çekinceleri var. Bu cezaya tabi olan hükümlü hiçbir aftan, iyi hal sonucu cezada kesintiden, hiçbir şartlı / denetimli tahliyeden yararlanamıyor, oysa cezası sadece "müebbet" olanlar tüm bunlardan yararlanıyor; üstelik kimin yaşamının kaç yıl süreceği bilinemediği için hükümlülerin çektikleri cezanın süresi konusunda da belirli bir standart ya da eşitlik olgusu yok" gibi bir şeyler söyledi.

İşin güncel ya da politik kısmına hiç girmeden fazlasıyla kanıksanmış ve çoktan bir yerlere konumlandırılmış kavramların aslında ne kadar tartışmaya açık bir duruma gelebileceği, adına "doğru" dediğimiz şeylerin, ya da "norm" dediğimiz kavramların zaman içinde ne kadar sorgulanabileceğini yazmak istiyorum.

Buna benzer bir düşünce çelmesini maddi hasarlı trafik kazası ve alkollü sürücü ikileminde yaşamıştım, özellikle de kazanın olmasında alkolün etkisinin olmadığı örneklerde. Tarih, referans filan anımsamıyorum ama Yargıtay'ın bu konudaki kararı kazanın oluşumunda alkolün etkisi yoksa sigortacı alkollü sürücünün aracındaki maddi hasarı ödemeyi reddedemezdi. Yani sürücü alkollü diye her şeyi kökten reddetmek değil, maddi hasarı ödemek ama direksiyona alkollü olarak oturan kişiye yönelik tüm yaptırımları ayrıca uygulamak.

Hırsız iş başında iken ev sahiplerinin eve erken dönmesi sonucu hırsızın üst kattaki odanın balkonuna saklanması, karanlıkta balkon demirlerinin olmadığını göremeyip aşağı düşüp yaralanması sonucu ev sahiplerinden maddi tazminat isteyip alması ama aynı zamanda hırsızlık nedeniyle hapse girmesi olayı gibi bir ilgi çekici örnek mesela.

Bilimin, aklın, mantığın, hukukun, insan haklarının hem faydaları hem de güzelliği tam burada. Çünkü insan beyni aslında kabullenmeden çok karşı çıkmaya kurulu bir mekanizma. Birçoğu farkında olmasa da bireylerin hemen hepsi bu sorgulamaları sürekli yapıyorlar. Emin olun en basit "Çimlere basmak yasak", ya da "Buraya çöp dökülmez" levhası bile insanları aksini yapmaya yönlendiriyor, "basacağım da dökeceğim de" diyor kişi ama türlü kontrollerle yapmıyor bunları tabii. Öte yandan da bir gün biri çıkıyor ortaya ve "Evimde bastığım çimene burada niye basamıyorum, neden hor kullananları caydırmak yerine özen gösterenleri cezalandırıyorsun?" diye bir tartışma başlatıyor, bunu yerel ve küresel gerekçe ve örneklere oturtup hakkını arıyor ve büyük olasılıkla da olumlu sonuca ulaşıyor bu hak arayışında.

Bundan yıllar önce iş için gittiğim bir şehrimizde dönüş uçağına epey vakit olduğu için yanımdaki dostumla birlikte o şehrin en bilindik lokantalarından birine gittik ve bulduğumuz ilk masaya oturacakken garson gelip (2 erkek olduğumuz için) "Bu kat aileler için, sizi yukarı alayım" deyince "Beyefendi, lokantada bizden başka kimse yok, ayrıca biz bulunduğumuz ortama zarar verebilecek tipler gibi mi duruyoruz; üstelik de saat henüz 18:30 ve en geç 19:30'da çıkmamız gerekiyor ki uçağa yetişelim" diye karşı çıktım. Yanımdaki dostum alttan almaya meyilli olduğu için çok üstelemedim ama masaya her gelen çalışana veryansın ettim o 1 saat boyunca. İstediğimi alamasam da en azından yeterince düşünecekleri malzeme bıraktım o gün kendilerine ve eminim ki o lokanta bugün olmasa da bir gün kaldıracak o uygulamayı; ya ikna olarak ya da tüketici veya rekabet baskısıyla.

Batıl inançlar da belki büyük ölçüde böyle ama oralara gitmeden de sorgulanması gereken çok şey var günlük yaşamlarda, her toplumda ve her coğrafyada. Bir dönemin ya da bir olayın sonucu olarak alınan bazı kararların geçici olduğu unutulup kalıcı olduğu var sayılıyor, kanıksanıyor. Düşünme insana özgü, düşünerek çevresini ve toplumu ileri ve olumluya götürmek de. Kabullenip, kanıksayıp, nedenini bilmediği kararlara boyun eğmektense aklına yatmayan her şeyi sorgulayan, seçenekler ve çözümler üreten bir yaşam daha değerli değil mi?

Görüşmek üzere...





KÜNYE
Yönetmen: Atalay Taşdiken
Senaryo: Atalay Taşdiken
Oyuncular: Mustafa Uzunyılmaz, İsmail Hacıoğlu, Zeynep Camcı
Türü: Dram
Yapım Yılı: 2013

MERYEM

Anadolu'nun küçük bir kasabasında yaşayan ve güzelliği herkesin dilinde olan Meryem, kasabadan bir ailenin İstanbul'da yaşayan oğulları Mustafa ile evlendirilir. Birkaç gün sonra İstanbul'a dönen Mustafa'nın ailesiyle yalnız kalan Meryem, onlara hizmet etmeye başlar. Kayınpederi ölmüş babasının arkadaşı olan Meryem, yalnız kaldığı bu evde umutsuzluğa kapılsa da annesi ona sabırlı olmasını söyler. Murat ise askere gitmeden önce Meryem'e âşık bir gençtir. Murat köye geri döndüğünde artık Meryem için bir tehdit oluşturuyordur. Durumu anlayan kayınpeder Meryem'i İstanbul'a yollamaya karar verir. Artık herkesi farklı bir son beklemektedir...



FİDYE

Gösterildiği festivallerden birçok ödülle dönen ve "Yılın En İyi 50 Filmi" listesine giren "Fidye", zamanında görmezden gelinmiş global bir suç fenomenini aydınlatıcı ve duyarlı bir şekilde ortaya koyan psikolojik bir dram. Gerçek olaylara dayanan filmde bir kargo gemisi Hint Okyanusu'nda seyir halindeyken Somalili korsanlar tarafından kaçırılır ve mürettebat rehin alınır. Milyonlarca dolarlık bir fidye talebinde bulunan korsanlarla, geminin sahibi ve şirketin CEO'su arasında gerilim dolu bir ölüm-kalım pazarlığı başlar. Aksiyon dolu filmin yönetmen koltuğunda Tobias Lindholm oturuyor.



KARNAVAL

Film, evden eve halı yıkama makinesi pazarlayan Aliz ve babasının düğün salonunda pastacılık yapan Demet'in aşkını mizahi bir üslupla anlatıyor. 30'lu yaşlardaki Aliz babasıyla yaşadığı sorunlar nedeniyle evden kovulur ve arabada yaşamaya başlar. Bu süreçte tek derdi hayatını sürdürebileceği düzenli bir işe girebilmektir. Tam da bu sırada halı yıkama makinesi pazarlamacısı olma şansını elde eder. Sonrasında tesadüf eseri karşılaştığı Demet ile arasında gelişenler sayesinde hayallerini gerçekleştirme fırsatını yakalar. Filmin yönetmenliğini, pek çok ödüle sahip genç yönetmen Can Kılcıoğlu üstleniyor.



KATLİAM GECESİ

Davison ailesi, ailenin büyüklerinin evlilik yıldönümleri nedeniyle şehirden uzak bir evde toplanırlar. Bu kutlamanın davetsiz ilk misafiri, ailenin genç üyelerinden Crispia'nın yeni kız arkadaşı Erin'dir. Başlarda ortama bu durumun gerginliği hâkim olur. Ancak kısa süre sonra yaşanmaya başlayacak olan sürpriz, aile bireylerinin zihinlerindeki tüm korku tanımlarını yerle bir eder. Crispian ve kardeşi Drake'in tartıştığı sırada evin camlarından giren bir grup maskeli, tüm aileyi savunmasız bir şekilde kıskıvrak yakalar. Filmin yönetmen koltuğunda Adam Wingard bulunuyor.



MANDELA: ÖZGÜRLÜĞE GİDEN UZUN YOL

KÜNYE
Vizyon Tarihi: 4 NİSAN
Yönetmen: Justin Chadwick
Senaryo: William Nicholson
Oyuncular: Idris Elba, Naomie Harris, Mark Elderkin, Robert Hobbs Akkaya
Türü: Biyografi, Dram, Tarih

Güney Afrika'nın efsaneleşen özgürlük savunucusu Nelson Mandela'nın yaşamını kronolojik biçimde takip eden film, Mandela'nın bir taşra kasabasındaki çocukluğundan başlayarak, Güney Afrika'nın demokratik seçimlerle iş başına gelen ilk başkanı olmasına kadar geçen sürecini beyazperdeye taşıyor. Mandela, henüz genç bir hukuk öğrencisiyken, politikaya duyduğu büyük ilginin sonucunda Güney Afrika'da demokrasinin en önde gelen savaşçılarından biri olur. 1964'te çarptırıldığı hapis cezasıyla birlikte kontrol altına alınsa da, 27 yılın ardından özgürlüğüne kavuştuğunda mücadelesine devam eder...



11 NİSAN

BENSİZ

Çok iyi bir hayata sahip olan Necip, küçüklüğünden beri futbol ile büyüyen, bu sporu kariyer olarak seçen bir futbolcudur. Sevgilisiyle beraber keyif dolu bir hayat yaşamaktadır. Önündeki en büyük hedef ise takımını ve dolayısıyla kendisini de 1. lige çıkartmaktır. Önlerinde son bir playoff maçı kalmıştır ve Necip hırsla doludur. Fakat sahada hiç beklemedik bir olay olur ve sert bir müdahale sonunda Necip sakatlanarak maçı yarıda bırakır. Aldığı darbe nedeniyle bedeni tamamen felç olmuştur. Genç adamı, artık bambaşka bir hayat beklemektedir... Filmin yönetmenliğini Ahmet Küçükkayalı üstleniyor.



18 NİSAN

BÜYÜK BUDAPEŞTE OTELİ

Wes Anderson'ın "Moonrise Kingdom" filminden sonraki yeni çalışması olan yapım, iki savaş arasındaki dönemde, ünlü bir Avrupa otelinde kapı görevlisi olarak çalışan Gustave ile lobi görevlisi Mustafa'nın arkadaşlık hikâyesine odaklanıyor. İki iyi arkadaş otelde görevdeyken paha biçilemez bir Rönesans eseri çalınır, üstelik aile yadigârı olarak servet değerindedir. İkili kendi hayatlarındaki bu önemli savaşın mücadelesini verirken, dışarıda bir çağ da değişmektedir... Filmin kadrosunda Saoirse Ronan, Edward Norton, Ralph Fiennes, Jude Law, Bill Murray, Owen Wilson gibi isimler yer alıyor.



25 NİSAN

İNANILMAZ ÖRÜMCEK ADAM 2

"İnanılmaz Örümcek Adam"ın devam filmi olan "İnanılmaz Örümcek Adam 2"de, Peter Parker'ın işi hayli zor ve her günü yoğun seyrediyor. Zira Örümcek Adam olarak kötü adamların peşini bırakmıyor. Ama bir yandan da büyük aşkı Gwen'e zaman ayırmaya çalışıyor. Lise mezuniyeti ise henüz ufukta görünmüyor. Gwen'in babasına verdiği sözü unutmayan Peter, Gwen'e zarar vermemek için elinden geleni yapıyor ama kötü Electro'nun ortaya çıkması, Harry Osborn'un geri dönüşü bu sözünü tutmasını oldukça zorlaştıracaktır. Yönetmen koltuğunda Marc Webb oturuyor.



EMİN ÖZCAN
emin@sigortacigazetesi.com.tr

Radyo günlerinden sosyal medyaya...

60'lı yıllardı; benim çocukluk ve ilk gençlik yıllarım... Radyo, yaşamımızda ulaşabildiğimiz en önemli tutkulardan biriydi. Dün gibi hatırlıyorum: Tarsus'un Hacıhamzalı köyünde yazları ablamın evinde yeğenlerimle birlikte radyoda "Arkası Yarın" ve "Radyo Tiyatrosu" programlarını soluk soluğa dinler, biraz üzerinde konuşur sonra da yatardık.

O programların bize ne çok şey öğrettiğini yıllar sonra anlayabildim. Nobel ödüllü ya da ödülsüz, dünya klasiklerinin aktarıldığı o arkası yarınlar ve tiyatrolar bize sanatı ve edebiyatı tanıtmıştı. Bu benim ileriki yaşlarımda sanata ve edebiyata olan ilgimi tetikleyen, kitap okumamı ve dünyayı tanımamı sağlayan ilk unsur olmuştu belli ki! Ne güzeldi o radyo günleri...

Televizyonla da 60'lı yılların sonuna doğru tanıştık. TRT'nin verilerine göre; 31 Ocak 1968'de Türkiye'nin ilk deneme televizyon yayını Ankara'da Mithatpaşa Stüdyosu'nda Mahmut Tali Öngören'in açılış konuşmasıyla başladı. Haftada 3 gün, üçer saat olarak başlayan deneme yayınları 1 yıl sonra haftada 4 güne çıktı. 1970'te İzmir Televizyonu, ardından 1971'de İstanbul Televizyonu faaliyete geçti. 1969'da astronotların Ay'a ayak basmaları ve Zeki Müren'in Ankara'da verdiği konser televizyon ekranından yansıdı.

SİYAH BEYAZ TEKNOLOJİ

Dünyada renkli televizyon çağına geçildiği yıllarda, Türkiye'yi siyah beyaz teknolojiye mahkûm edenler kimlerdi bilmem, ama TV de hayatımıza en azından "Telesafir" kavramını kattı. TV yayını başlamıştı, ama her ailenin televizyon alacak gücü yoktu, öyle olunca da insanlar televizyonu olan komşularını ziyaret ederek TV yayınlarını izlemeye başladılar. Hele o dönemdeki "Telesafir" mizahı, bir ayrı güzeldi...

Televizyon uzun yıllar devlet tekelinde TRT aracılığıyla yayın yaptı. Ama hakkını yemeyelim, zaman zaman yayın kesilip görüntüye "Maşrapa" çıksa da, ekrana gelen iyi programlar da vardı. Müjde Ar'ı, Uğur Dündar'ı o televizyonda tanıdık.

Doğu Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu illerinde yaşayan akranlarım hatırlar; o dönemde Şam Televizyonu'nun yayın süresi TRT'den daha uzundu. TRT yayını bitince onu izlerdik ve her gece Suriye Marşı okunmadan önce ekrana bir dansöz çıkardı. TRT, Şam Televizyonu'na mı özendi bilemem, ancak yıllarca sadece yılbaşı gecesi ekrana dansöz çıkarmak gibi bir gelenek yarattı. Bu arada 70'li yıllarda Türkiye'yi kasıp kavuran, Orhan Gencebay'ın öncülük ettiği, Ferdi Tayfur'un iz sürdüğü "Arabesk" fırtınası TRT'nin muhkem duvarlarından içeriye hiç giremedi. Varsın giremesin, arabeskli yıllarımız da güzeldi...

TUTTİ FRUTTİ DÖNEMİ

Gün geldi, devran döndü; Turgut Özal döneminde, oğlu Ahmet Özal ve Cem Uzan Star TV'yi kurarak Türkiye'de TRT'nin yayın tekelini kıran ilk adımı attılar ve ardından ülkemizde pırtrak gibi televizyon kanalları boy göstermeye başladı. Bu süreçte, bırakın ekrana yılda bir dansöz getirmeyi, her gece "Tutti Frutti" aşamasına geçti Türkiye.

TV'deki gelişmeye paralel olarak radyo yayınlarında da korkunç bir patlama yaşandı. Öyle ki; bir dönem radyolara yasak bile geldi, insanlar siyah bantlı eylemler yaparak radyolarını savunmak zorunda kaldı.

SON SÖZ İNTERNETİN

Bu yaşadıklarımıza paralel olarak gelişen bir teknoloji daha vardı. Bilgisayar, internet ve cep telefonu. Bu üçlü günümüzde "İmparatorluğunu" ilan etti. Ancak bu üçlünün geldiği nokta, imparatorluk kavramıyla pek uyuşmuyor. Özellikle internette "Sosyal medya" olarak tanımlanan paylaşımcı ortam imparatorluktan ziyade özgürlükleri öne alıyor ve fiilen destekliyor.

Facebook yıllardır görüşemeyen insanları yeniden bir araya getirdi ve yeni insanlarla tanıştırdı. Twitter ise her gün milyonlarca insanın görüşlerini açıkladığı, mesajını ilettiği bir portal. Hasılı internet ortamı yani sosyal medya artık yaşamımızın ayrılmaz bir parçası oldu...

Ama bana sorarsanız cevabım şudur; ben unumu eledim, eleğimi duvara astım; sosyal medyayla hiç işim olmaz, çünkü "Delikanlıyı" bozar! Alengirli iş. Sağlıcakla kalın.



DAVİD KOHEN
david@kositassigorta.com.tr

Avrupa'nın ilk 20 sigorta grubu (2. bölüm) (Kaynak: l'Argus)

Büyüme süreçlerini sürdürmek için Avrupalı sigorta şirketleri yıldan yıla daha karmaşık hale gelen geliştirme stratejilerine yatırım yapmak zorundalar. Burada iki temel eksen ortaya çıkıyor: Globalleşme sürecinin sürdürülmesi ve özellikle dijital uygulamalar yoluyla ürün yenileme stratejileri.

20 'TOP' GRUBUN YURTDIŞI PRİM ÜRETİMLERİ

2012	SİGORTA GRUBU	ÜRETİM (milyon euro)
1	AXA	65.974
2	Generali	49.643
3	Allianz	44.480
4	ZURICH	34.835
5	Prudential	27.755
6	AVIVA	24.868
7	talanx.	17.474
8	AEGON	15.827
9	MAPFRE	14.174
10	ING	13.315
11	BNP PARIBAS CARDIF	9.997
12	CNP	5.156
13	CA	4.500
14	SwissLife	4.219
15	ERGO	3.930
16	AGEAS	3.544
17	Groupama	2.617
18	CO VYSÍ	1.678
19	SÜDVIE GÜNERALE	1.159
20	achmea EUREKO	bildirilmedi
		345.145

2008 finansal krizinin faaliyetleri üzerindeki etkilerinin tahminlerinden daha ciddi olduğunu gören sigorta şirketleri geleneksel pazarları doymuş hale geldiğinden gittikçe daha önemli bütçe kısıtlamalarına gidiyorlar. Büyüme süreçlerini sürdürmek için, sigorta şirketleri yıldan yıla daha karmaşık hale gelen stratejilere yatırım yapmak zorunda kalıyorlar. En büyük sigorta şirketleri listesinin ilk 20 sırasında yer alan gruplar başlıca iki stratejiye odaklanmış görünüyor: Globalleşme sürecinin sürdürülmesi ve özellikle dijital uygulamalar yoluyla ürün yenileme stratejileri.

DAHA İYİ KONTROL ALTINA ALINAN STRATEJİLER VE DIŞ PAZARLARIN ÖNEMİ

2010 yılında, ilk 20'deki sigorta şirketlerinin tamamı küreselleşme hedefleri olduğunu duyurmuştu. Sonuçta, bu listedeki şirketlerin iç pazar dışında ürettikleri primlerinin payı toplam primlerinin yarısından fazlasını oluşturdu. 2011 yılında gözlemlenen geri çekiliş eğiliminin tersine, Avrupa'nın ilk 20 şirketi 2012 yılında 2010'dan daha yüksek bir globalleşme oranı sergiledi (yani yurt dışı prim oranı). Gözlemlenen oranlar başlıca gruplar için özellikle yüksek düzeyde gerçekleşti: ilk 10'daki sigorta şirketleri için yüzde 70-80 seviyesine kadar çıktı (2011 yılına göre ortalama 5 puanlık artış).

Globalleşme oranının artışı özellikle ilk 20'deki sigorta şirketlerinin daha az doymuş olan yeni ülke ve pazarlara yönelik portföylerini çeşitlendirmeleriyle açıklanabilir. Böylece, 2011 yılında İspanya'daki ekonomik krizi Latin Amerika'daki faaliyetlerini genişleterek atlatan Mapfre, bu yıl bu stratejiyi Türkiye'de yatırım yaparak sürdürüyor.

RASYONALİZASYON GİRİŞİMLERİ

Çelişkili olarak, Avrupalı sigorta şirketleri dünyanın yeni bölgelerinde pazar payları kazanmak için aktif şekilde çalışmalar yapmakla birlikte, buna karşılık kendi ülkelerinde yönetimlerini "merkezileştirme" eğilimi gösteriyorlar.

Dolayısıyla pek çok sigorta şirketinde coğrafi yeniden örgütlenme yönünde eğilim gözleniyor, bunlar özellikle bazı ülkelerde faaliyetlerini yavaşlatarak, daha az doymuş başka bölgelerde daha çok hedefe yönelik şekilde yatırımlarını artırıyorlar. Genel olarak, Avrupa'da ilk 20'deki sigorta şirketleri dünya pazarını yaklaşık yüzde 50'sini temsil ediyorlar, ancak her bir grubun dünya payı nispeten düşük kalıyor: Avrupa'da sigorta sektörünün lideri olan Axa 2012 yılında dünya pazarından sadece yüzde 7 pay almıştı.



DİJİTAL BÜYÜME, YENİ ÖNCELİK

2012 Mart ayı itibarıyla, Ipsos Enstitüsü'nün yaptığı bir araştırmaya göre, sigortalıların yüzde 94'ü bir sigorta sözleşmesinde sunulan hizmetin çok önemli olduğunu düşünüyorlar, ancak yüzde 44'ü ise sigorta şirketlerinin sunduğu hizmetleri pek iyi bilmediklerini itiraf ediyorlar. Avrupa'da hissedilir olan bir trendi temsil eden bu gözlem sonucunda dijital fenomen başladı ve bugün sigorta şirketleri için bir öncelik haline geldi. Bununla birlikte, hayata geçirilmesi nispeten maliyetli olan bu büyüme ekseni şimdilik sadece Avrupa'da ilk 20'ye giren başlıca grupları ilgilendiriyor; bu listenin başında ise İngiliz şirketleri yer alıyor. Avrupa sigorta sektörünün lideri Axa 2013 ila 2015 yılları arasında dijital geliştirmeye 600 milyon euro mertebesinde bir bütçe ayırmayı öngörüyor. Projeleri arasında, (quialemeilleurservice.com) isimli online hizmet karşılaştırma servisini geliştiren grup bugün kendi "laboratuvarını" kurmak üzere Silicon Valley'e yerleşti. Axa'nın bu birimi yeni teknolojiler ve dijital uygulamalar yönündeki trendlere öncü bir bakış getirmeyi hedefliyor. 2014 yılına kadar dijitalin öncelikleri arasında olduğunu duyuran Allianz da kendi payına dijital faaliyetler ve pazar yönetimi departmanını oluşturdu. Avrupa ilk 20 listesinde 2. sırada yer alan şirket dijital stratejinin bilgi sistemlerinin yeniden yapılandırılmasına ve sunulan ürün sayısının azaltılmasına katkıda bulunacağını düşünüyor.



Irina Shayk

BAHARIN İLK FIKRASI

KRALİÇE VE OBAMA

Air Force One, Heathrow Havalimanı'na vardığında Başkan Obama, Kraliçe tarafından sıcak ve asil bir şekilde karşılandı.

1934 Model bir Bentley ile merkezi Londra'nın kenar bölgelerine kadar geldiler, orada araç değiştirerek altı beyaz atın çektiği muhteşem bir 17'nci yüzyıl atlı arabasına bindiler. Yol kenarında gülümseyen binlerce İngiliz el sallayarak Buckingham Sarayı'na doğru ilerlemeye başladılar, her şey yolunda gidiyordu.

Aniden arka sağdaki at, yeri göğü sarsan, Britanya İmparatorluğu'nda bugüne kadar duyulmuş en korkunç şekilde gaz çıkardı. Koku o kadar feciydi ki atlı arabadaki her iki yolcu da mendilleriyle burunlarını kapattılar. Gaz bulutu arabayı salladı, ancak iki asil devlet adamı olayı yok saymak için ellerinden geleni yaptılar.

Kraliçe nazik bir şekilde Başkan Obama'ya döndü ve:

"Sayın Başkan, gerçekten çok özür dilerim... Anlayışla karşılayacağınıza eminim, bazen bir Kraliçenin bile kontrol edemeyeceği durumlar olabiliyor" dedi.

Her zaman "Başkanlık" sıfatına yakışır şekilde davranmaya çalışan Obama yanıtladı: "Önemli değil Majesteleri, lütfen üzerinde durmayın... Zaten siz söyleyene kadar ben atlardan biri sanmıştım."

AUTO KING













SİGORTA ŞİRKETLERİNE ENTEGRE KURUMSAL HİZMETLER

- AUTO KING MİNİ ONARIM
- AUTO KING MOBİL PARÇA ONARIMI
- AUTO KING ANLAŞMALI HASAR ONARIMI

K-Q TSE-ISO-EN 9001

www.autoking.org

Bize artık EGE SİGORTA diyebilirsiniz...

1995 yılından bugüne sigorta sektöründe hizmet veren
şirketimizin adını yaptığımız yenilikler çerçevesinde
EURO SİGORTA'dan **EGE SİGORTA**'ya dönüştürdük.
Yeni yatırımlarımıza ve atılımlarımıza artık
EGE SİGORTA olarak devam edeceğiz.

EGE SİGORTA

"Bize Olan Güveninizle Varız..."

www.egesigorta.com