

2015'te küresel üretim % 3.9 oranında artacak 27 ■

Acente olmak için gereken deneyim süreleri kısaltıldı

Sektörün uzun zamandır beklediği yeni Sigorta Acenteleri Yönetmeliği 22 Nisan'da Resmi Gazete'de yayınlandı. Yönetmelik acentelerin eğitim sürelerinden mekan paylaşımına, TOBB'a yapılması gereken bildirimlerden sigorta şirketleriyle yapılacak acentelik sözleşmelerine kadar birçok alanda yeni düzenlemeler getiriyor. **46** ■



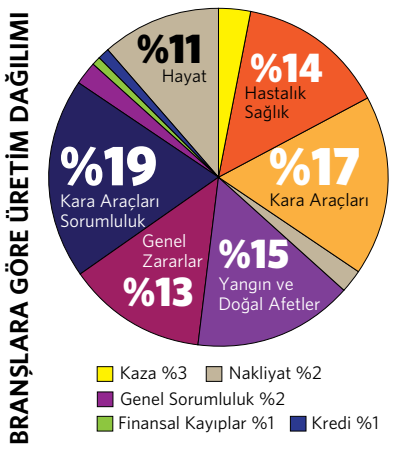
Sigorta kapsamı dışındaki afet hasarları artıyor 28 ■

Türkiye'nin En Çok Satan Sektör Yayını

sigortacı gazetesi

MAYIS 2014 YIL: 30 / SAYI: 426 AYDA BİR YAYINLANIR

Büyümeye hayat freni



Son yıllarda reel büyümesini kesintisiz sürdüren sigorta sektörü 2014'ün ilk çeyreğinde enflasyona yenildi. Hayat dışında % 10.7 büyüyen sektör hayat branşında % 17.6 küçüldü.

Son yıllarda her dönemde büyümesini sürdüren ve 2013 yılında da reel olarak yaklaşık yüzde 15 oranında büyüyen sigorta sektörü ilk kez enflasyona yenildi. 2014 yılı mart ayı sonu verilerine göre, yıllık enflasyon TÜFE'de yüzde 8.39, ÜFE'de yüzde 12.31 olarak gerçekleşirken, sektörün büyüme oranı enflasyonun gerisinde kaldı. 2014 yılının ilk üç ayında sektörün toplam prim üretimi geçen yıla göre yüzde 6.5 artarak 7 milyar 24 milyon lira oldu. Üretimin 6 milyar 223 milyon liralık bölümü elementer branşlardan, 800 milyon liralık bölümüyse hayat sigortalarından elde edildi. Hayat sigortalarında üretim yüzde 17.6 azalırken, hayat dışında yüzde 10.7 oranında artış kaydedildi. Kaskoda prim üretimi yüzde 1.3 gerilerken, trafik sigortalarında artış yüzde 8.3'te kaldı. **34-35** ■

880 milyon liralık teknik kâr

Türkiye Sigorta Birliği'nin açıkladığı verilere göre, hayat dışında rekor düzeyde kâr edildi. 2012 yılında teknik olarak 567 milyon lira zarar edilen hayat dışı branşlarda, 2013'te 880 milyon liralık kâr elde edildi. Bu artışta 2012'de 1.3 milyar lira olan trafik branşındaki zararın 654 milyon liraya düşmesi ve 61 milyon lira olan kaskodaki teknik zararın 702 milyon liralık teknik kâra dönüşmesi etkili oldu. Hayat sigortalarında ise 428 milyon liralık teknik kâr elde edildi. **41** ■

Sigorta şirketleri önce 'eğitim' diyor



Sigorta şirketleri hem acenteleri hem de çalışanları için özel eğitim programlarına ağırlık verdi. Çalışanların, sektörde fark yaratmaları ve birçok anlamda öne geçebilmeleri için yapılan bu eğitimlerle, sektörde iş gücü niteliği yüksek ve huzurlu çalışanlar yetiştirmek hedefleniyor. Yöneticiler, şirket bazında kâra geçebilmenin bu tip eğitimler sayesinde gerçekleşebileceğine inanıyor. **47** ■

Bireysel emeklilik reel getiride üçüncü

2012 yıl sonu itibarıyla OECD ülkelerindeki BES'in son 5 yıllık ortalama nominal getirilerine bakıldığında, Türkiye'nin yüzde 11.6'lık getiriyle birinci sırada olduğunu söyleyen Vakıf Emeklilik Genel Müdürü Mehmet Bostan, son bir yıllık reel getirideyse Türkiye'nin tüm OECD ülkeleri arasında üçüncü sırada yer aldığını belirtti. **11** ■

Sigorta davaları kısa sürede çözülecek

HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu, davaları daha kısa sürede çözüme kavuşturacak İhtisas Mahkemeleri ile sigortalıların masraflarının azalacağını ve sigorta sektörünün itibarının artacağını söyledi. **25** ■



Avrupa Birliği'nde otomobil eksperleri

Yazarımız David Kohen, Türkiye ile bazı Avrupa ülkelerini kıyasladı. Nüfus, araç adedi, eksperlerin çalışma usulü gibi kriterleri değerlendiren Kohen, AB'deki otomobil eksperlerini mercek altına aldı. **62** ■

Sağıroğlu: Uzaktan satış acenteler için de uygun

AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu, uzaktan satış yönteminin acenteler tarafından da kullanılabileceğini söyledi. Sağıroğlu, bu sistemin sektörden uzaklaştırılmaması gerektiğini, aksine kazandırılabileceğini kaydetti. **5** ■

Euro Sigorta, Ege Sigorta olarak faaliyet yürütecek

Sigorta sektöründe 1995 yılından bugüne kadar hizmet vermekte olan Euro Sigorta, adını Ege Sigorta olarak değiştirdi. Genel Müdür A. Kadir Şimşek, yeniliklerinin ve atılımlarının artarak devam edeceğini ifade etti. **26** ■

Somuncu: Sigorta haksız kazanç kapısı değil

Sahte hasarlar konusunda konuşan Halk Sigorta Genel Müdürü Bülent Somuncu, Türk Ceza Kanunu'nda sigorta şirketlerini dolandıranlara hapis cezası öngörülmesine rağmen bu tür kayıp ve kaçakların engellenemediğini söyledi. **15** ■

Birlik Başkanı Ramazan Ülger

Ramazan Ülger TSB Yönetim Kurulu Başkanlığına seçildi. Ragıp Yergin (Hayat Dışı) ve Mete Uğurlu (Hayat ve Emeklilik) başkan yardımcısı, Uğur Gülen (Hayat Dışı) ve Şeref Aksaç (Hayat ve Emeklilik) ise yönetim kurulu üyesi oldu. **18** ■



Poliçe adedinde artış sağlanmalı

2013'te büyümenin fiyat artışıyla sağlandığını ifade eden Axa Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO Cemal Ererdi, 2014'te fiyat artışı beklenmediğini ve adette artış sağlanması gerektiğini belirtti. **32** ■



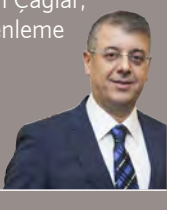
İş riske atılmaz

Her sektörün karşılaşabileceği farklı riskler olduğunu söyleyen Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin, "Bu riskleri karşılayacak sigorta ürünlerini anlatmak biz sigortacıların görevi" dedi. **9** ■



Çağlar Eureko Genel Müdürü

Can Akın Çağlar, Eureko Sigorta Genel Müdürü oldu. Daha önce 11 yıl Ziraat Bankası Genel Müdürlüğü görevini yürüten Çağlar, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun da Yönetim Kurulu Üyesiydi.



Guy Carpenter'da Utkueri dönemi

7 yıldır Eureko Sigorta'nın CEO'su olarak görev yapan Okan Utkueri, Marsh & McLennan Şirketler Grubu üyesi olan Guy Carpenter'ın Türkiye Genel Müdürü olarak tayin edildi. **26** ■



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 89 yaşında


Caner Çimenbiçer


Musa Ülken


Metin Tiryakioğlu

Anadolu Sigorta, 89'uncu yaşını 28 Mart'ta gerçekleştirdiği gecede kutladı. Anadolu Sigorta Yönetim Kurulu Başkanı Caner Çimenbiçer, Genel Müdür Musa Ülken ve BASİSEN Başkanı Metin Tiryakioğlu'nun yaptıkları açılış konuşmalarıyla başlayan gece, yıldönümü pastası kesildikten sonra Anadolu Sigorta Orkestrası eşliğinde devam etti.

ANADOLU Sigorta, 89'uncu yaşını 28 Mart tarihinde İstanbul Mariott Hotel'de gerçekleştirdiği gecede coşkulu ve gururlu bir şekilde kutladı. Davetlilerin gelişi ve etkinliğin yapılacağı salona geçmelerinin ardından gece, Anadolu Sigorta Yönetim Kurulu Başkanı Caner Çimenbiçer, Genel Müdür Musa Ülken ve BASİSEN Başkanı Metin Tiryakioğlu'nun yaptıkları açılış konuşmalarıyla başladı.

İlk sözü alan Yönetim Kurulu Başkanı Caner Çimenbiçer, konuşmasında başarılarından dolayı tüm Anadolu Sigorta ailesini kutlarken; sonrasında söz alan Genel Müdür Musa Ülken, Anadolu Sigorta'nın 2013 yılında elde ettiği başarıları özetledi ve bu yıla ilişkin hedefler hakkında bilgi verdi. Son konuşmayı gerçekleştiren Basisen Başkanı Metin Tiryakioğlu ise geçen yılki konuşmasına göndermeler yaparak, Anadolu Sigorta'nın 2013 yılında sergilediği performansını 2014'te de tekrarlayacağına olan güvenini dile getirdi.



Konuşmaların ardından görevlerinde 25, 15 ve 10 yılı tamamlayan çalışanlara hizmet hatıraları verilirken, sonrasında hep beraber toplu fotoğraf çekimi yapıldı. Törenin ardından Anadolu Sigorta orkestrası sahne aldı ve eğlenceli şarkılarıyla yıl dönümü pastasının kesileceği ana kadar salonu coşturdu. Gecenin sabırsızlıkla beklenen anlarından olan ve Anadolu Sigorta'nın 89'uncu yaşını kutlamak için hazırlanan pastanın kesilmesi sırasındaysa üst yönetim sahnede hazır bulundu. Gece orkestranın seslendirdiği şarkılarla devam etti.

Anadolu Sigorta İstanbul Bölge Müdürlüğü yeni adresine taşındı

Anadolu Sigorta'nın İstanbul'daki iki Bölge Müdürlüğünden biri olan ve İstanbul'un Avrupa yakası ile Edirne, Tekirdağ ve Kırklareli illerine, 466 profesyonel acentesiyle hizmet veren İstanbul Bölge Müdürlüğü, 31 Mart 2014 itibarıyla sigortalılarına yeni yerinde hizmet vermeye devam ediyor. Şişli'deki yeni hizmet binasına taşınan Bölge Müdürlüğü'nün telefon ve faks numaraları değişmeden aynı kaldı.

İstanbul Bölge Müdürlüğü; 1 Nisan 2008 tarihinde, Anadolu Sigorta'nın Bakırköy ve Şişli Bölge Müdürlüklerinin, daha hızlı ve merkezileşmiş bir şekilde hizmet verebilmesi için birleşmesiyle kuruldu. Bölge Müdürlüğü'nde halihazırda 31 Anadolu Sigorta çalışanı görev yapıyor.

Toplam 675 metrekarelik bir alana yayılan İstanbul Bölge Müdürlüğü'nün yeni binası; görüşme odaları, sosyal alan, konferans salonu, toplantı odaları, açık ofis alanı gibi modern mimari mekan örgütlenmeleriyle dikkat çekiyor. Modern bir ofis ortamının yaratılması amacıyla baştan sona yenilenen binada termal konfor sağlayıcı iklimlendirme sistemleri kurulurken, toplantılar için yeni ses ve görüntü sistemleri tesis edildi. Yaklaşık iki aylık bir çalışmayla yenilenen ve modern ofis mobilyaları ile dekore edilen Bölge Müdürlüğü ofisi, Anadolu Sigorta'nın prestijli ve modern yüzünü yansıtacak bir görünümde tasarlandı.

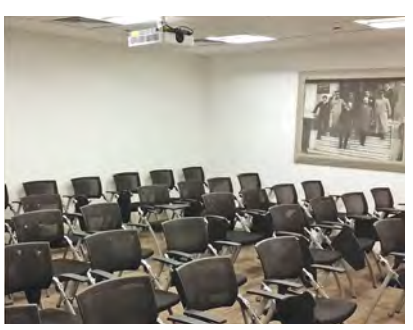


Anadolu Sigorta İstanbul Bölge Müdürlüğü, 31 Mart'tan bu yana Şişli'de, iki aylık bir çalışma sonucunda yenilenen binasında hizmet veriyor.









Allianz Türkiye dijital dünyanın kapılarını aralıyor

Allianz Türkiye, müşterilerin talep ve ihtiyaçlarına daha etkin çözümler üretmek için harekete geçti. Allianz Türkiye'nin dijital dönüşümü acentelerin daha hızlı ve verilmesini çalışmasına imkan verirken, müşterilerin ihtiyaçlarına hızlı şekilde cevap vermelerini sağlayacak.

GELECEK stratejisini 'dijitalleşme' üzerine kuran Allianz Türkiye dijital dönüşüm projesine start verdi. Böylece Allianz, acentelerin daha hızlı ve etkin bir şekilde çalışmasına imkan verecek dijital dönüşüm sayesinde müşterilerin talep ve ihtiyaçlarına da daha hızlı ve istedikleri şekilde cevap verilmesini sağlayacak. Allianz Türkiye'nin 2013 performansı ve gelecek vizyonu Allianz Türkiye CEO'su Solmaz Altın, Allianz Türkiye Finans Genel Müdür Yardımcısı Aylin Somersan-Coqui ve Allianz Türkiye Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Bülent Eriş'in katılımıyla düzenlenen bir basın toplantısı ile duyuruldu.

'LİDERLİĞİMİZİ PEKİŞTİRDİK'

2013 yılının Allianz ve Türkiye sigorta sektörü için bir kilometre taşı olduğunu anlatan Solmaz Altın, "Geçtiğimiz yıl Allianz Grubu'nun Yapı Kredi Sigorta Grubu'nu 1.6 milyar liraya satın alması sigorta sektörünün dinamiklerini değiştirdi. Bu büyüklükte bir yatırım, Allianz Grubu'nun, Türkiye ekonomisine, Türkiye'deki yönetim ekibine ve Türk toplumuna olan güveninin kuvvetli bir göstergesidir" diye konuştu. Allianz Türkiye'nin 3.5 milyar liralık prim üretimi ve 5 milyar liralık emeklilik fonu ile 2013 yılında Türkiye sigorta sektörünün lideri olduğunu vurgulayan Altın, "Hayat dışında yüzde 15.35 ve BES'te yüzde 19.7 pazar payı ile liderliğimizi pekiştirdik. Geldiğimiz noktada yüzde 141 oranındaki güçlü sermaye yapımız müşterilerimiz nezdinde kalıcılığımızın ve güvenilir bir şirket olduğumuzun en gerçekçi kanıtıdır" dedi.





BES'TE YÜZDE 20 PAZAR PAYI

Allianz Türkiye Finans Genel Müdür Yardımcısı Aylin Somersan-Coqui ise, şirketin 2013 yılına ilişkin performansını açıkladı. 2013 yılının tamamında Allianz Türkiye'de emeklilik fonlarındaki konsolide büyümenin yüzde 24 artışla, 5.2 milyar liraya ulaştığını kaydeden Somersan-Coqui, "Böylece bireysel emeklilik pazarındaki toplam payımız yaklaşık yüzde 20 oldu. Allianz Hayat ve Emeklilik şirketi yüzde 23 oranında büyümeyle yaklaşık 1 milyar lira fon büyüklüğüne ulaşırken, Allianz Yaşam ve Emeklilik şirketi yüzde 30 oranında büyümeyle 4.2 milyar lira fon büyüklüğü gerçekleştirdi" diye konuştu.

Allianz Türkiye'nin hayat dışı prim üretimi ise konsolide rakamlarla yüzde 20 artışla 3.2 milyar lira oldu. Toplam prim üretiminin 1.9 milyar lirası Allianz Sigorta, 1.3 milyar lirasıysa Yapı Kredi Sigorta tarafından gerçekleştirildi. 2013 yılını yüzde 15.4 pazar payı ile tamamlayan Allianz Türkiye'nin sağlık sigortalarındaki pazar payı yüzde 37 olurken, kaskoda yüzde 15, trafik sigortalarında yüzde 13, yangında ise yüzde 12 oldu. Sürdürülebilir kârlılığa büyük önem verdiklerini anlatan Somersan-Coqui, "2013'te de elementer branşlardaki kârlılığımızı koruduk. Her iki şirketimiz de yılı kârla kapatırken, Yapı Kredi Sigorta ve Allianz Sigorta'nın net kârları yüzde 48 büyüme ile 201 milyon lira oldu" dedi. 2014 yılının ilk iki ayını da değerlendiren Somersan-Coqui, şubat ayı itibarıyla Yapı Kredi Sigorta ve Allianz Sigorta'nın prim üretiminde konsolide olarak yüzde 8 büyüdüğünü ifade etti.

'BIG DATA'YLA MÜŞTERİ DENEYİMİNİ GELİŞTİRECEĞİZ

Allianz Türkiye Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Bülent Eriş basın toplantısında yaptığı sunumda şirket olarak teknoloji ve dijitalleşmeye büyük önem verdiklerini belirterek, "Dünyadaki dijitalleşmeye paralel olarak Allianz Türkiye de dijitalleşiyor. Bu kapsamda Dijital Dönüşüm Projemizi başlattık. Dijital Organizasyon olma yolunda ilerlerken gerek satış, gerekse satış sonrası temaslarımızı acenteler ve çalışanlarımızla beraber teknolojiden de faydalanarak artırmayı amaçlıyoruz" dedi.
Dijitalleşme ile ortaya çıkan büyük miktardaki veriyi 'yüzleşilmesi gereken, biraz korkutucu bir gerçek' olarak tanımlayan Eriş, "Müşterilerimizi daha yakından tanımak için bu 'Big Data'yı yönetip veri madenciliği çalışmaları yapmalıyız. Her bireyin kendine özgü ihtiyaç ve tercihlerini, içinde bulunduğu yaşam evresini, risk algısını, finansal bilgi düzeyini anlayıp, en uygun ürün, öneri, hizmet ve iletişimi, uygun kanaldan doğru zamanda sunmalıyız. Bu amaçla Müşteri Tanıma ekibimizi kurduk. Ayrıca, 2014 yılında müşterilere daha tatminkar deneyimler yaratabilmek için dijital ve sosyal medya kanallarında çalışmalar başlattık. Temmuz ayında yeni bir portal devreye girecek" şeklinde konuştu.



Allianz Türkiye basın toplantısı Buket Dereoğlu ve Özgür Ozan'ın sürpriz skeciyle renklendi.

Allianz "Büyüyen Çocuk Sigortası" ile güvenli bir gelecek sunuyor

Allianz Türkiye, her yıl olduğu gibi 2014 yılının nisan ayında da "Büyüyen Çocuk Sigortası" ürününü özel kampanya fırsatlarıyla sigortalılarına sunuyor.

Kampanya kapsamında, 14 Nisan-16 Mayıs tarihleri arasında çocuğunu "Büyüyen Çocuk Sigortası"na dahil eden poliçe sahiplerine 250 liraya kadar olan aylık ödemeli poliçelerde 2'nci aylık primi Allianz tarafından hediye ediliyor.

"Büyüyen Çocuk Sigortası" 0-17 yaşları arasındaki çocukları kapsarken, sigorta süresi 18-25 yaşları arasında sonlandırılabiliyor. Poliçe kapsamında ödenen primler, belirlenen dönemlerde istenilen zamana kadar biriktirilirken, her yıl elde edilen kâr paylarıyla artarak yatırıma dönüşüyor. Sigorta süresinin sonunda elde edilen birikim, sigortalıya toplu olarak ödenebiliyor veya isteğe göre 5 ya da 10 yıl süreyle bir maaş olarak bağlanabiliyor.

SEÇİLEBİLECEK EN KISA SÜRE 8 YIL

17 yaşında yapılan "Büyüyen Çocuk" poliçesine girişler için seçilebilecek en kısa süre 8 yıl olarak belirlenirken, sigorta yaptıran kişinin yaşıyla sigorta süresinin toplamının en fazla 65 olması gerekiyor.

Allianz Gençler Futbol Kampı 24-25 Ağustos'ta

Allianz Gençler Futbol Kampı için geri sayım başladı. 14-16 yaş arasındaki gençlerin, Bayern Münih tesislerinde eğitim alacakları kampa Türkiye'den başvurular 1 Nisan – 9 Mayıs 2014 tarihlerinde yapılacak. 20 – 25 Ağustos 2014 tarihlerinde 6 gün boyunca devam edecek kampa katılmak isteyenlerin Allianz Türkiye Facebook sayfasını beğenerek, https://apps.facebook.com/munihfutbolkampi/ ya da www.allianzgmfk.com adresindeki yarışmayı tamamlamaları gerekiyor. Etapları tamamlayan ve Metin Tekin, Okay Karacan gibi isimlerden oluşan jüri elemesinden geçen 3 gencimiz, Münih'te gerçekleşecek Allianz Gençler Münih Futbol Kampı'na katılma hakkını kazanacak. Uygulamaya apps.facebook.com/munihfutbolkampi adresinden ulaşmak mümkün.

Genel Müdür Süleyman Sağıroğlu: AIG yönetimi Türkiye'ye yatırım yapmaktan memnun

AIG Sigorta'ya tam not

AIG global yönetimiyle şirketin tüketici sigortalarındaki stratejilerini gözden geçiren AIG Sigorta tam not ve tam destek sözü aldı. Genel Müdür Süleyman Sağıroğlu, Türkiye'nin, AIG'nin en çok önem verdiği ve en yoğun yatırım yaptığı ülkelerden biri olduğunu söyledi.

AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu, AIG yönetiminin Türkiye'yi "Hızlı Büyüme Ülkesi" olarak belirleyerek yoğun yatırım yapma konusundaki kararından son derece memnun olduğunu belirtti. AIG global yönetimi ile şirketin tüketici sigortalarındaki stratejilerini gözden geçiren AIG Sigorta yönetimi tam not ve tam destek sözü aldı. 2013 yılını yüzde 31 gibi önemli bir büyüme oranı ile kapatan AIG Sigorta, acente ve broker kanalında hayata geçirdiği yeniden yapılanma ve bankasürans kanalında HSBC ile yaptığı stratejik anlaşma ile dikkatleri üzerine çekmişti.

AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu, "Türkiye, AIG'nin en çok önem verdiği ve en yoğun yatırım yaptığı ülkelerden biri. AIG Türkiye'deki çalışma arkadaşlarım yüksek kaliteli, hedefe odaklanmış ve takım ruhu içerisinde çalışıyorlar ve Türkiye'de yarattığımız çalışma ortamı ve yakaladıkları başarı tüm dünyadaki AIG organizasyonunda örnek olarak gösteriliyor" dedi.

'İLKEMİZ MÜŞTERİ ODAKLI OLMAK'

Sigorta sektöründe müşteri odaklı olmanın çok önemli olduğunu söyleyen Süleyman Sağıroğlu, AIG'de ürün geliştirme projelerinden başlayarak müşterilerle ilişki halinde olunan her aşamada müşteri talep ve beklentilerine uygun çalışmalar yapıldığını belirtti.

AIG'nin global stratejileri ve performansı hakkında bilgi veren Süleyman Sağıroğlu, stratejinin temelinde değişen müşteri talep ve beklentilerinin olduğunun altını çizerek, "Müşterilerimizin yaşam koşulları sürekli değişiyor. Medya, tüketim alışkanlıkları, bilgiye ulaşma şekilleri de değişiyor. Bunlara uyum göstermeli ve müşterilerimizin yaşam trendlerine uygun ürün ve hizmetler geliştirdiğimiz gibi onlarla kurduğumuz iletişim ve ilişkide de bu trendlere dikkat etmeliyiz" diye konuştu.

İnternet, mobil teknolojiler ve sosyal medyanın sosyal yaşama yaptığı etkiye de değinen Sağıroğlu, AIG'nin Türkiye'de dijital platformda geliştirdiği projelerle bu akıma en doğru şekilde uyum göstereceğini belirtti. Sağıroğlu, AIG'nin global olarak sigortacılığın gidişini belirleyen, sigorta tüketim şeklini tümüyle değiştirecek ürün ve hizmetler geliştirmeyi hedeflediğini söyledi.

'ÇOKLU DAĞITIM KANALI STRATEJİSİYLE BÜYÜYECEĞİZ'

AIG'nin çoklu ürün-çoklu dağıtım kanalı stratejisinin tüm hızıyla devam edeceğini belirten Sağıroğlu, müşterilerin talep ve ihtiyaçlarına yönelik geliştirilen uygun ürünlerin yine müşterilerin yaşam tarzına uygun olacak farklı dağıtım kanallarında -acenteler, brokerler, bankasürans, direkt, internet, çağrı merkezi- sunulacağını belirtti.

Sigortanın tabana yayılması için çoklu dağıtım kanalının kaçınılmaz olduğunu vurgulayan Sağıroğlu şunları söyledi: "Elbette ki Türk tüketicilerinin sigorta ürününe yönelik alışkanlıkları, kültürü, ilişkileri dolayısı ile acente satış kanalına olan eğilimi göz ardı edilmemelidir. Acentelerimizin bu konuda çok yol kat ettiklerini ve sigortacılığı meslek edinmiş olan acentelerimizin bu konuda çok emek verdiklerinin de altının önemle çizilmesi gerektiğini düşünüyorum. Ancak bu durum, sektörün diğer satış kanallarına kendisini kapatması manasına da gelmemelidir, aksine bu kanallar birbirini ikame edici değil, tamamlayıcı olmalıdır ve olacaktır."

'UZAKTAN SATIŞ ACENTEYE ZEMİN HAZIRLAR'

Uzaktan satışla sigortanın tabana yayılmasının acentelere de fayda sağlayacağını belirten Sağıroğlu, "Çağrı merkezleri aracılığıyla veya ATM'lerle daha önce ulaşılmamış olan ve belki de sigorta ile yüz yüze ilk defa gelecek olan kesime sigortayı tanıştırmak ve paketi, fiyatı-bedeli ve şartları standart olan ve riske göre çok fazla değişim göstermeyen ürünler ile tabana inmek, belki de acentelerimize diğer branşlarda satış için uygun zemini hazırlar" dedi.

Bir banka şubesinin veya bir ATM'nin yıllardır sadece satış değil, her konuda sigortalısına hizmet eden bir acente ile aynı hizmeti sunmasının asla beklenemeyeceğini ifade eden Sağıroğlu, "Zira acentelerimiz bu işi tam zamanlı ve sadece satış ile sınırlı değil, satış sonrası her hizmeti sunmak ile de zenginleştirilmiş bir hizmet paketi olarak sunarlar. Yani aslında ayırt edici özellik satış kanallarında farklılaşma değil, ürün özelliklerindeki farklılaşmadır. Bu farklılık kesinlikle sektöre bir ivme, kalite ve kolaylık getiriyor" diye konuştu.



Müşterilerle kurulacak olan duygusal bağın önemine değinen Sağıroğlu, bu bağın sigorta sektöründe büyümek için şart olduğunu söyledi.

'ACENTELER HER ZAMAN GÜÇLÜ OLACAK'

Sağıroğlu şöyle devam etti: "Kredi kartı ile yapılan ve bazı yükümlülüklerin elektronik ortamdan kolaylıkla sağlanabildiği, fiyatı ve şartları önceden belli, kolay satışı yapılan, kolay anlaşılır ürünlerde toplu ve uzaktan satış yapılması ne kadar uygun ise, daha komplike, anlatımı ancak yüz yüze olabilen ürünlerde ise, acentelerimizin önemi ve değeri yadsınamayacak ölçüde önemli hale gelmektedir."

Uzaktan satış kanallarının acenteler tarafından da kullanılabileceğini belirten Sağıroğlu bu sistemin sektörden uzaklaştırılması yerine kazandırılmasının da mümkün olabileceğini söyledi. Sağıroğlu, "Acentelerimiz bu sektörün vazgeçilmez oyuncularıdır, bence zaman ne olursa olsun her zaman güçlü olacaklardır" dedi.

MÜŞTERİYLE DUYGUSAL BAĞ

Süleyman Sağıroğlu AIG'nin tüm dünyada kabuk değiştirdiğini, verim odaklı çalışma ortamı sağlanacak şekilde teknoloji, altyapı ve bilgi yönetimi yatırımlarının tüm hızıyla devam edeceğini söyledi. Müşteriler ile kurulacak duygusal bağın artık çok önemli olduğunu belirten Sağıroğlu, Türkiye'de sigorta sektörünün doğru ihtiyaca doğru ürün sunulması ve sonrasında gelişebilecek hasar anında müşterilere sağlanacak fonksiyonel ve duygusal faydanın sigorta sektörünün büyümesi için şart olduğunu belirtti.

'AIG SİGORTA TÜM DÜNYADA ÖRNEK GÖSTERİLİYOR'

AIG'nin özellikle gelişmekte olan pazarlarda başarılı performans gösteren global ölçekte lider sigorta şirketlerinden biri olduğunu ifade eden Süleyman Sağıroğlu, "2012 yılı sonunda yeniden AIG markasına geçişimizle birlikte büyük bir gelişim ve değişim ortamına girdik. Çalışan sayımız yüzde 50 arttı, şirketimiz yüzde 31 büyüdü ki, bu büyümenin geçtiğimiz yılın son 6 ayında yüzde 70 seviyelerinde olduğunu görüyoruz. Teknoloji, insan kaynağı ve altyapı-sistem geliştirme yatırımlarımız tüm hızıyla devam ediyor" dedi.
Sağıroğlu şöyle devam etti: "İş ortağımız acenteler ve brokerlere daha etkin hizmet verebilmek adına dağıtım kanalımızı yeniden yapılandırdık, sektörün tecrübeli ve dinamik isimleriyle çalışıyoruz. Bankasürans kanalında HSBC ile yaptığımız anlaşma AIG'nin büyüme stratejilerinde önemli bir yer teşkil ediyor. Tüm bunların ışığında yaptığımız strateji gözden geçirme toplantılarında AIG'nin global yönetiminden tam destek aldık. Tüm hızımızla büyümeye, müşteri ihtiyaçlarına uygun geliştirilmiş ürün ve hizmet çalışmalarımıza her zaman olduğu gibi yüksek kalitedeki hasar hizmetlerimize devam edeceğiz."

ING Emeklilik İnsan Kaynaklarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Başak Beleli:

Güvene dayalı bir çalışma ortamına sahibiz

ING'nin küresel olarak 'şeffafız', 'önemsiyoruz' ve 'sözümüzü tutuyoruz' başlıkları altında üç değerinin olduğunu vurgulayan Başak Beleli, "ING bu değerleri bize ışık tutan bir çatı gibi sunuyor, ancak bizden bunları yerel farklılıklarımızı gözeterek uyarlamamızı bekliyor" dedi.



ING Emeklilik İnsan Kaynaklarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı ve Türkiye Yönetim Ekibi Üyesi Başak Beleli, insan kaynakları yönetiminin sigorta sektörü açısından önemi ve ING Emeklilik'in bu konudaki hedefleriyle ilgili sorularımızı yanıtladı.

İnsan kaynakları yönetiminin kurumlar ve özellikle sigorta şirketleri açısından önemini değerlendirir misiniz?

İnsan kaynaklarının (İK) her şirkette çok önemli bir görevinin olduğunu düşünüyorum. Çünkü insan kaynaklarının üçüncü bir göz; yani iş birimlerini iyi tanıyan ve aynı zamanda onlara dışarıdan bakabilen bir fonksiyon olabildiği zaman işe inanılmaz değer kattığını bizzat deneyimlemiş bir kişiyim.

Sigorta şirketlerinde ise bu önem daha da artıyor, çünkü hizmet sektöründeki tüm firmalar gibi sigorta şirketlerinde de konunun tam da kendisi 'insan'. Yani müşterilerimize sunduğumuz en önemli değerler arasında çalışanlarımızın yarattığı 'güven' geliyor.

Bu bilinçle değerlendirildiğinde, doğru kişileri doğru görevlere getirmek, onların işlerinde değer yaratmalarını sağlayacak ortamı oluşturmak amacıyla doğru politikalar belirlemek ve bunlara bağlı kararların doğru ve adil şekilde uygulanmasını sağlamak İK'nın önemini ortaya koyan kritik konular olarak öne çıkıyor.

ING'nin küresel olarak konuya yaklaşımı nedir?

ING Sigorta Grubu şu an 18 ülkede faaliyet gösteriyor ve birçok ülkede de pazar lideri olması sebebiyle evrensel değerler belirlemiş durumda. Bu değerler çerçevesinde hem ING dünyası içerisinde ortak bir kültür oluşturmak hem de insan kaynaklarını belli standartlara oturtmak için çalışıyor. Ancak aynı zamanda yerel farklılaşmalara da imkân tanıyor. Örnek vermek gerekirse; üç değerimizi temsil eden ifadelerden bahsetmek isterim. Bu ifadeler; 'şeffafız', 'önemsiyoruz' ve 'sözümüzü tutuyoruz'. ING bu değerleri bize yön gösteren, ışık tutan bir çatı gibi sunuyor. Bunun altında da bizden yerel farklılık, çeşitlilik gibi başlıklar açmamızı bekliyor. Tüm bunları yapmak içinse, iletişim ağından performans sistemlerimize uzanan farklı araçlar ve global olarak en iyi uygulamaların paylaşılmasına olanak veren platformlar sağlıyor.

Türkiye'de ING Emeklilik olarak konuya yaklaşımınız nedir?

Bu saydığımız değerlerin bize ve işimize yön vermelerini hedefliyoruz. Bu değerlere baktığımızda birebir insan kaynaklarıyla alakalı değerler olduğunu görüyoruz. 'Önemsiyoruz' derken öncelikle çalışanımızı ve müşterimizi kastediyoruz. Biz Türkiye'de bu prensiplerimizi öne çıkartarak iş planlarımızı hazırlıyoruz.

Aynı şekilde 'şeffafız' derken tüm uygulamalarımızda hem müşterilerimize hem çalışanlarımıza karşı şeffaf olmaktan bahsediyoruz. İnsan kaynakları olarak bunun örneklerini başlattık. Kademelendirme yaklaşımımız ve buna bağlı olarak ücret düzenlemeleri gibi konular çok açık ve net bir şekilde belirlenip bütün şirkete duyuruldu. Birkaç örnekle açıklamam gerekirse, tüm bu yaklaşımlarımızı hayata geçirmek üzere, bütün birimlerle tek tek toplantı yapıldı. Alınan kararların çalışanlar tarafından benimsenmesi bizim için çok önemli. Herkesle tek tek iletişim kurularak hangi durumlarda neler kazanacağını, neyin daha doğru olacağını aktardık, tablolarla, grafiklerle, öngörülerle bilgileri sistematik bir şekilde tüm çalışanlarımızla paylaştık. Bu şekilde herkes kendi vizyonunu çizip, önüne bir hedef koyabiliyor, nereye gelebileceğini görüp kariyerini ve gelişimini ona göre planlayabiliyor. Bu 'şeffaflık' politikamız sayesinde çalışanlarımızda güven uyandırıyoruz.

YETENEK HAVUZU

Çalışanlar için bir yetenek havuzumuz mevcut. Burada her birimden çalışan olup üst kademelere ulaşabilecek potansiyel kişilerin belirlenmesi ve gelişimlerinin planlanması söz konusu. Gelecek liderlerin içeriden çıkmasına olanak sağlamak amacıyla onların gelişimi, eğitimi için yetenek havuzunu geliştirmeye çalışıyoruz. Bütün şirkete yönelik eğitimlerimiz, esnek çalışma saatleri ve evden çalışma uygulamalarımız, çalışanlarımızın motivasyonunu ve verimliliğini artırmak için çalışmalarımız devam edecek. Tabii tüm bu yaptığımız uygulamaların bize geri dönüşünü ölçümleme konusunda da araştırmalarımıza devam edeceğiz.

İnsan kaynakları yönetimi olarak ING Emeklilik açısından hedefleriniz nelerdir? Bu konuda ne gibi çalışmalarınız var?

Bu noktada her yıl yapılan çalışan memnuniyeti anketimizden bahsedebilirim. Şu an çok iyi olan skorlarımızı sürdürerek, daha iyi yerlere taşımaya yarayacak adımlar atma hedefimiz bulunuyor. Bunun için ilgili departmanlar kendi içlerinde aksiyon planlarını belirlemiş durumda, bu aksiyonların çok olumlu faydalar sağlayacağını öngörüyoruz.

Ayrıca ING Emeklilik bünyesinde eğitimlere çok önem verdiğimizi belirtmek isterim. Eğitim konusunda şirket içinde oldukça önemli bir bütçe ayrılıyor. Hem satış tarafında hem insan kaynakları tarafında kişilerin gelişim planlarına uygun eğitimleri hayata geçirmeye devam edeceğiz.

ING Emeklilik olarak çalışanlarınıza sunduğunuz iç iletişim çalışmalarına örnek verebilir misiniz?

İç iletişim çalışmalarımızın kalbinde aslında bir aile olmanın önemi yatıyor. Örneğin her ay üst yönetimimizin de katıldığı eğlenceli bir ortamda çalışanlarımızın doğum günlerini kutluyoruz ve kendilerini iyi hissedecekleri sürprizler yapmaya gayret ediyoruz. Aynı zamanda "Herkes bilsin, sen süpersin" isimli ödüllendirme sistemimiz ile çalışanımız çalışma arkadaşlarını ödüllendiriyor ve bu, çalışma arkadaşlarıyla daha sıcak ilişkiler kurmasını sağlıyor. Bir diğer öne çıkan uygulamamız çalışanlarımıza yönelik ve şirketimizin maddi manevi desteklediği sosyal kulüplerimiz. Koşu, fotoğrafçılık, tiyatro, halk oyunları gibi alanlarda her kademeden çalışanımızın birlikte katıldığı sosyal kulüplerimiz kişilere hem sosyalleşme, hem de her konuda bilgilenip, hobilerini geliştirebilme imkânı sunuyor. Aynı zamanda bu tip kulüpleri kurma ve yürütme inisiyatifini de çalışanımıza tanıdığımız için onların iş dışındaki bir alanda liderlik, inisiyatif alma ve sürdürme gibi yetkinliklerinin gelişimine olumlu etki etmiş oluyoruz.

Şirketinizde bu yıl kaç kişilik istihdam düşünülüyor?

ING Emeklilik'e ilk girdiğimden bu yana, etkilendiğim konulardan biri de iki yıl içerisinde şirketin çalışan sayısının üçe katlanmış olması. Şu an 330 kişilik bir çalışma ekibimiz var. Bu hızlı büyümenin ardından bu yıl öncelikli şirket hedefimizi, var olan çalışanlarımızla verimliliğimizi artırmak olarak belirledik. Ancak yıl içinde açılan pozisyonlara uygun işe alımlar yapılacak.

ESNEK ÇALIŞMA UYGULAMALARI

Esnek çalışma saatleri ve evden çalışma uygulamalarımız, çalışanlarımıza "ben sana güveniyorum", yani 'önemsiyoruz' dememizin farklı bir şekli aslında. Çünkü bu uygulama sayesinde çalışanlarımız farklı saatlerde işe gelebiliyor, farklı lokasyonlardan işlerini yürütebiliyor, kendi zaman planlarını organize edebiliyor. Bu sayede şirkete bağlılıkları ve çalışma motivasyonları arttığı gibi hem yöneticilerin bunlarla ilgili yöneticilik becerileri, hem de bireylerin hedef odaklı ve etkin çalışma, zaman yönetimi, planlama gibi yetkinlikleri gelişmiş oluyor.

ING Emeklilik'in bir diğer öne çıkan yanı bence gerçek bir uluslararası çalışma ortamı sunması. Şimdiye kadar hep global şirketlerde çalışmış olmama rağmen, ING Emeklilik ailesine katıldığımda buradaki yabancı çalışan ve buradan yurtdışına giden çalışanların oranına baktığımda çok etkilendim. Çünkü diğer çalıştığım şirketlerde bu kadar yüksek bir oranla karşılaşmadım. ING Emeklilik'te en alt kademeden en üste kadar yabancı çalışan sayısı oldukça fazla. Aynı şekilde her kademeden Türk profesyonelleri Amsterdam merkezde veya başka ülkelerde görev yapabiliyor. Bunun tüm çalışanlar için çok önemli bir avantaj olduğunu düşünüyorum. Farklı bakış açısı, farklı diller, farklı kültür; bunların hepsi birer tecrübe ve çalışanlar açısından çok önemli bir kişisel gelişim imkânı yaratıyor.

MAPFRE Başkanı ve CEO'su Antonio Huertas:

MAPFRE pazar ağını genişletiyor

MAPFRE Grubu'nun 2013 yılında 25.9 milyar euroluk ciro gerçekleştirdiğini belirten MAPFRE Başkanı ve CEO'su Antonio Huertas, grubun 790 milyon euro kâr ettiğini açıkladı.

ÇİN'İN en büyük sigorta şirketi People's Insurance Company (Group) of China (PICC) ile bir hizmet ve reasürans sözleşmesi imzalayan MAPFRE, ABD'de de online sigorta satışına başlayacak ve üç yıl içinde hizmet verdiği eyalet sayısını 20'ye çıkaracak.

MAPFRE Grubu 2013 yılında cirosunu bir önceki yıla göre yüzde 2.3 artırarak 25.9 milyar euroya, kârını ise yüzde 18.7 oranında artışla 790.5 milyon euroya çıkardı. Özellikle Çin, Kuzey Avrupa ve ABD pazarındaki faaliyetlerini geliştirmeyi planlayan MAPFRE 2016 yılında cirosunu 30 milyar euroya çıkarmayı hedefliyor. MAPFRE'nin mart ayı içinde yapılan yıllık genel kurul toplantısında hissedarlara bir önceki yıla göre yüzde 18 artışla 0.13 euro kâr payı dağıtılması kararı alındı.

Genel kurulda konuşan MAPFRE Başkanı ve CEO'su Antonio Huertas, grubun önümüzdeki üç yıllık hedeflerini; toplam geliri 30 milyar euronun üzerine çıkartma, birleşik oranını yüzde 96 seviyesinin altında tutma ve kâr payı ödemelerinin şu anki seviyelerde sürdürülmesi olarak açıkladı. Bu hedeflerin grubun genel giderlerini azaltmaya yardımcı olacak maliyet azaltıcı bir planla da uyumlu olduğunu belirtti. Mart ayında yapılan genel kurulda hissedarlara 13 eurosent kâr payı dağıtılmasının yanı sıra grubun mali bilançosu onaylandı ve hissedarlar toplantıda oylanan diğer çözümlere de destek verdi.

Dünyada 47 ülkede faaliyetlerini sürdüren MAPFRE, önemli bir oyuncu olduğu bu bölgelerde liderlik konumunu güçlendirmeye ve gelecek yıllarda stratejik alanlar haline gelecek Kuzey Avrupa ile Asya piyasalarındaki varlığının genişletilmesine karar verildi.

MAPFRE'DEN KÜRESEL ADIMLAR

Antonio Huertas, Asya ile ilgili olarak, hayat, kaza, sağlık ve seyahat sigortası ürünlerinin dağıtımı için MAPFRE'nin Çin'in en büyük sigorta şirketi People's Insurance Company (Group) of China (PICC) ile bir sözleşme imzaladığını söyledi. Şirketin bu grupla bazı motorlu araç garanti programlarında da iş birliği yaptığını dile getiren Huertas, MAPFRE'nin olağanüstü potansiyele sahip bu piyasada büyümesi için önemli bir adım attığını belirtti.

MAPFRE, şu anda Amerika Birleşik Devletleri'nde 16 eyalette hizmet veriyor ve Pensilvanya'da ticaret ve hizmet ağını geliştirmeye devam ediyor. Önümüzdeki yıllar içinde, üç eyalette daha çalışmalarını başlatacak olan MAPFRE, 2015 yılında Illinois, 2016 yılında Virginia ve Wisconsin'de faaliyetlerine başlayarak ABD'deki faaliyet alanını genişletmeyi hedefliyor. Buna ek olarak MAPFRE, önümüzdeki aylarda ABD'de de koruma ürünleri konusunda uzmanlığı olacak olan yeni bir hayat sigortasına bağlı ortaklığını hayata geçirecek. Şube açılması da dahil olmak üzere, yeni dağıtım ağlarına odaklanacak ve 2015'te doğrudan sigorta satışı için bir online platformu devreye sokacak.

Grup ayrıca, önümüzdeki beş yıl içinde iş hacmini ikiye katlamak amacıyla, Orta ve Doğu Avrupa ile Akdeniz ülkelerindeki büyüme fırsatlarına odaklanacak. Avrupa ve Orta Doğu'daki genişlemenin yanı sıra Afrika (EMEA) pazarına girmek de kısa dönemli planlar içerisinde yer alıyor.



'TÜRKİYE'DEKİ YAPILANMAMIZI GÜÇLENDİRECEĞİZ'

Grup, Latin Amerika'da Banco do Brasil ortaklığı ve MAPFRE'nin kendi şubeleri ve broker ağı vasıtasıyla mevcut olan önemli bölgesel varlığıyla özellikle Brezilya'da büyümeye devam edecek. MAPFRE için başka bir stratejik pazar olan Meksika'da grup, çok kanallı dağıtım modelini geliştirmek için daha büyük bir çaba içine girecek. Son olarak, Güney Latin Amerika Bölgesi, MAPFRE'nin organik olarak büyümek, tüm ülkelerdeki pazar payını artırmak ve dağıtım ağını güçlendirmek istediği bir başka bölge olarak öne çıkıyor.

İspanya ve Portekiz'i kapsayan İber Yarımadası'nda MAPFRE, bütün sigorta ürünlerinin primlerinde, ortalamanın üzerindeki bir artışla İspanya'daki pazar lideri pozisyonunu güçlendirerek önümüzdeki yıllarda sigorta sektörünün toparlanmasına öncülük etmeyi hedefliyor.

Antonio Huertas konuşmasında Türkiye'ye de değinerek, "Türkiye'deki şirketimiz MAPFRE GENEL SİGORTA, hayat dışı branşlarda Türkiye sigorta sektörünün 5'inci sırasında yer alıyor. Şirket MAPFRE tarafından satın alındıktan sonra, geçtiğimiz altı yılda iki kat büyümeyi başardı. Türkiye'de bu kararlı büyüme planlarımızı sürdürecek ve Türkiye genelindeki yapılanmamızı güçlendireceğiz" dedi.

MAGNET AKADEMİ ilk mezunlarını verdi

MAPFRE GENEL SİGORTA tarafından acentelere yönelik eğitim faaliyetlerini yürütmek üzere kurulan MAGNET AKADEMİ, ilk mezunlarını Bilgi Üniversitesi Santral Kampüsü'nde gerçekleştirilen törenle verdi.

Acentelerine çeşitli ayrıcalıklar ve güvenceler sunmak için MAPFRE GENEL SİGORTA, 2010 yılında MAGNET adı altında bir acente platformu oluşturdu. MAPFRE GENEL ailesine katılan her acentenin doğal üyesi olduğu bu platform; bünyesindeki kuruluşlara birçok alanda imkanlar sunarak MAPFRE GENEL aile bağlarını güçlendirmeyi amaçlıyor. Bu fırsatların önemli bir ayağı olarak hayata geçirilen MAGNET AKADEMİ Ekim 2013'te başladığı eğitim programının ilk mezunlarını verdi.

MAGNET AKADEMİ'de, acente yöneticileri ve çalışanları için ayrı ayrı kurgulanmış programlarla, mesleki ve kişisel gelişim için büyük önem taşıyan konular ele alınarak, katılımcıların iş ve özel yaşamlarında daha etkin olmaları için fırsatlar sunuluyor. İstanbul Bilgi Üniversitesi (USEP – Uygulamalı Sigortacılık Eğitim Programları) ortaklığında gerçekleştirilen programda "Sigortacılık bir iş değil bir zenginliktir" düşüncesini hâkim kılmak amacıyla teorik eğitimler mesleki becerilerle birleştiriliyor.

Acentelerin yoğun ilgi ile karşıladığı MAGNET AKADEMİ, 100 saatlik eğitimlerin ardından ilk mezunlarını verdi. 28 Mart Cuma günü Bilgi Üniversitesi Santral Kampüsü'nde gerçekleştirilen etkinlikte, mezunlara sertifikalarını MAPFRE GENEL Grubu CEO'su Serdar Gül, Bilgi Üniversitesi Genel Sekreter Vekili Ali Sırrı Sile ve MAPFRE GENEL Grubu üst yönetim mensupları takdim etti.

MAPFRE GENEL SİGORTA'nın eğitim ve gelişim merkezi MAGNET AKADEMİ ve bünyesindeki eğitim programları hakkında daha detaylı bilgiye www.magnetplatformu.com internet sitesi üzerinden ulaşılabiliyor.





Güneşli Ev Ekstra ile yuvanıza dört dörtlük güvence!



Yaşam koşulları değişiyor, evinizin karşı karşıya kaldığı riskler çoğalıp çeşitleniyor. Güneşli Ev Ekstra ile evinizi geleneksel teminatların çok ötesinde güvence altına alabilirsiniz. Detaylı bilgi Güneş Sigorta acentelerinde.

GÜNEŞ SİGORTA

"Değerlerimizin Sigortası"

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

Güneş Sigorta'dan KOBİ'lere özel toplantı

"İşinizi Riske Atmayın"

Güneş Sigorta, Kocaeli Ticaret Odası'nda "Risk Yönetimi" konulu bir toplantı düzenledi. Toplantıya Güneş Sigorta'nın birçok üst düzey yöneticisi katılırken İzmitli acenteler ve işadamları da etkinliğe yoğun ilgi gösterdiler.

GÜNEŞ Sigorta, hem işyeri sahipleri hem sigorta sektörü için büyük önem taşıyan "Risk Yönetimi" konusunda bilinci artırmak amacı ile Kocaeli Ticaret Odası işbirliğiyle "İşinizi Riske Atmayın" isimli bir toplantı düzenledi. Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin ve Kocaeli Ticaret Odası Genel Sekreteri Oktay Baltalı'nın katılımı ile gerçekleştirilen toplantıda, doğru risk analizinin ve ihtiyaca uygun ürün seçiminin önemi KOBİ'ler ile paylaşıldı.

Toplantının açılış konuşmasını yapan Kocaeli Ticaret Odası Genel Sekreteri Oktay Baltalı, risk yönetimi ve sigortanın önemi konusunda üyelerin bilgilendirilmesini amaçlayan "İşinizi Riske Atmayın" toplantısının Kocaeli Ticaret Odası'nda gerçekleştirilmesinden mutluluk duyduklarını belirtti.

SEKTÖRÜN VERDİĞİ TEMİNAT GSYH'NİN 35 KATI

Dünya ve Türkiye istatistikleri incelendiğinde ülkemizde bireylerden işyeri sahiplerine kadar birçok kesimin riskleri üzerinde tuttuğunu ve sigortadan yeterince faydalanmadığını belirten Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin, "Oysa sigorta sektörünün riskleri üzerine alacak ve hatta doğru risk analizleri ile hasarları azaltabilecek gücü mevcut. Bugün baktığımızda sektörün 2012'de GSYH'nin 35 katı teminat verdiğini görüyoruz. Sektör daha çok teminat verebilme ve riskleri üzerine alarak sigortalıların kendini güvende hissetmesini sağlayabilme potansiyeline sahip" dedi.

Verilerin, 2012 yılında Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'nın (GSYH) 10 yıl öncesine oranla 3 kat arttığını gösterdiğini söyleyen Çetin, sözlerini şöyle sürdürdü; "Bu artışa rağmen Türkiye, aynı yıl kişi başına düşen prim üretimi dünya sıralamasında 62'nci sırada yer alıyor. Pazar payı açısından baktığımızda ise 38'inci sırada olduğumuzu görüyoruz. Ekonomimizin dünyanın 17'nci, Avrupa'nın ise 6'ncı ekonomisi olduğunu göz önüne aldığımızda bu sıralamalarda daha yukarılarda olmamız gerektiğini düşünüyorum."

'RİSK KONUSUNDA SOSYAL BİLİNCİ ARTIRMAK BİZİM GÖREVİMİZ'

Her sektörün kendi dinamiklerine bağlı olarak karşılaşabileceği farklı riskler olduğunu ifade eden Serhat Süreyya Çetin, "Bu riskleri tam da kendi ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde teminat altına alabilecek sayısız sigorta ürünü bulunuyor. Bunu anlatmak ise biz sigortacıların görevi. Riskleri ve çözümleri açık bir şekilde aktarabildiğimiz takdirde sigortalılık oranlarının önemli seviyede artacağı görüşündeyim. Kocaeli Ticaret Odası işbirliği ile gerçekleştirdiğimiz bu toplantı da bu görüş doğrultusunda şekillendi ve ortaya çıktı" dedi.

'RİSKLERİ DOĞRU VE EKSİKSİZ ANALİZ ETMEK GEREKİYOR'

Toplantıda bir sunum gerçekleştiren Güneş Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Hasan Altaner ise yaşam koşullarının değişmesi ile birlikte risklerin çoğalıp çeşitlendiğini belirterek, sektör ya da konu ne olursa olsun en büyük önceliğin, doğru risk analizi yapmak ve kurumların gerçek ihtiyacını tespit etmek olması gerektiğini söyledi.

Bu noktada sigortacının tecrübesinin büyük önem taşıdığını ifade eden Altaner, sözlerini şöyle sürdürdü; "Güneş Sigorta olarak gerçekleştirdiğimiz projelerle büyüyüp gelişirken güvencemiz altındaki kurumların da büyümesini ve gelişmesini istiyoruz. Bu nedenle etkin bir teminat için kurumların başlangıçta karşılaşabileceği risklerin tanımlanması, sınıflandırılması, ölçülmesi ve kontrol edilmesi süreçlerini risk mühendislerimizle izliyoruz. Sonrasında ise fiziksel ve finansal risklerin azaltılması veya bu risklerden kaçınılmasına yönelik teminatları öneri olarak sigortalımıza sunuyor, uygulamalarımızla yol gösteriyoruz. Önerilerimizin uygulanması, gerekli önlemlerin alınması son derece önemli. Böylece sigortalılar muhtemel risklerini tamamen ortadan kaldırabiliyor ya da minimize edebiliyor. Bu da olası birçok kaybın önlenebilmesi için oldukça etkili."

"İşinizi Riske Atmayın" toplantısında Güneş Sigorta Oto Dışı Sigortalar Grup Müdürü Paşa İsmet Altın ve Güneş Sigorta Risk Mühendisliği Müdürü Yurdakan Tarhan'ın "Risk analizi nasıl yapılır ve işletmeniz açısından önemi nedir?" konulu sunumu ile de katılımcılara risk yönetimi ile ilgili detaylı bilgiler verildi. Toplantı, sunumların ardından gerçekleştirilen soru-cevap bölümü ile son buldu.



Serhat Süreyya Çetin

"Sigorta sektörünün riskleri üzerine alacak ve hatta doğru risk analizleri ile hasarları azaltabilecek gücü mevcut. Bugün baktığımızda sektörün 2012'de GSYH'nin 35 katı teminat verdiğini görüyoruz. Türk sigorta sektörü daha çok teminat verebilme ve riskleri üzerine alarak sigortalıların kendini güvende hissetmesini sağlayabilme potansiyeline sahip."







Güneş Sigorta'nın Kocaeli Ticaret Odası'nda gerçekleştirdiği "İşinizi Riske Atmayın" toplantısı SAİK Kocaeli üyeleri başta olmak üzere acenteler ve işadamlarının katılımı ile gerçekleşti.

DASK yeni reklamlarında Vanlı depremzedelerin hikâyelerinden esinlendi

DASK'ın yeni reklamlarına Çağan Irmak imzası

DASK'ın "zorunlu misafirlik" konseptli iletişim kampanyasının yeni reklam filmlerini ünlü yönetmen Çağan Irmak çekti. DASK Koordinatörü İsmet Güngör "Bugüne kadar yaptığı çalışmalarla Türk halkının yüreğine dokunmuş bir yönetmenin işbirliğiyle vermek istediğimiz mesajların izleyicilere en doğru şekilde ulaşacağına inanıyoruz" dedi.

DOĞAL Afet Sigortaları Kurumu'nun (DASK), zorunlu deprem sigortasının önemine dikkat çekmek amacıyla 2013'ten beri sürdürdüğü "zorunlu misafirlik" temalı iletişim kampanyasının yeni reklam filmleri için yönetmen koltuğuna bu kez Çağan Irmak oturdu. Yeni reklam filmlerinin senaryosu depremden sonra akrabalarında misafir olmak zorunda kalan Vanlı depremzedelerin yaşadıklarından esinlenerek oluşturuldu.

Reklam filmlerinde uzun süreli misafirliğin zorlukları, salon, oturma odası, banyo, tuvalet gibi ortak alanların kullanımında yaşanan sıkıntılar üzerinden anlatılıyor. 4 farklı senaryo ile izleyicilerin karşısına çıkacak reklam filmleri 2014 boyunca ekranlarda olacak.

Yeni reklam filmi senaryolarının bir önceki reklam çekimlerinde Vanlı depremzedelerle yapılan sokak röportajlarından esinlenilerek oluşturulduğunu söyleyen DASK Koordinatörü İsmet Güngör, "Kamuoyu araştırmalarımızdan ve Van depremlerinden sonra gördük ki, depremden sonra yakınlarında uzun süre 'zorunlu misafir' olma durumu insanları depreme karşı önlem almada harekete geçirecek durumlardan biri. Biz de düşük deprem risk algısını yükseltmek için reklamlarımız da dahil tüm iletişim çalışmalarımızı bu konsept üzerine yoğunlaştırdık. İlk reklamlarımızdan aldığımız başarılı sonuçlar ve olumlu geri bildirimler sonucunda yeni reklam ve tanıtım çalışmalarımızda bu konsepti devam ettirmeye karar verdik" şeklinde konuştu.

Depremden sonra insanların yaşadıkları duyguları, hisleri ve durumları aktarmayı hedeflediklerini belirten İsmet Güngör, "Kendi alanının en iyileri arasında yer alan Çağan Irmak'la çalışmak bizim için çok değerliydi. Bugüne kadar yaptığı çalışmalarla Türk halkının yüreğine dokunmuş bir yönetmenin işbirliği ile vermek istediğimiz mesajların izleyicilere en doğru şekilde ulaşacağına inanıyoruz" dedi.

ZORUNLU MİSAFİRLİK KAVRAMI FARKLI AÇILARDAN İŞLENİYOR

Reklam filmlerinde zorunlu misafirlik kavramını aşamalı olarak farklı açılardan anlattıklarını ifade eden İsmet Güngör, "İlk reklam kampanyamızda sokak röportajları ile insanlara olası bir depremden sonra nereye gideceklerini sorduk. İkinci reklam kampanyasında ise Vanlı depremzedelerin ağzından gerçek hikâyeleri dinledik. Bu yıl içinde gösterilecek 4 reklam filmimizle ise Vanlı depremzedelerin depremden sonra neler yaşadıklarını göreceğiz. Böylece ilk reklamlarımızdaki 'zorunlu misafir' olma düşüncesini gerçek hikâyelerle destekleyeceğiz" diyerek konuşmalarını tamamladı.



Vakıf Emeklilik Genel Müdürü Mehmet Bostan London City Week'te konuştu:

Türkiye OECD ülkeleri arasında BES getirisinde üçüncü sırada

"2012 yıl sonu itibarıyla OECD ülkelerindeki BES'in son beş yıllık ortalama nominal getirilerine bakıldığında Türkiye yüzde 11.6'lık getiriyle birinci sırada bulunuyor. Son bir yıllık reel getirideyse Türkiye tüm OECD ülkeleri arasında üçüncü sırada geliyor."

VAKIF Emeklilik Genel Müdürü Mehmet Bostan, Londra City Week toplantıları kapsamındaki konuşmasında, Türkiye'de özellikle son 10 yılda çok büyük değişim ve reformların gerçekleştirildiğini söyledi. Bostan, siyasi güven ve istikrar ortamının da katkısıyla, Türkiye'nin GSYH'sinin 2001 yılında 240 milyar lirayken, 2013'te 1.56 trilyon liraya yükseldiğini, kişi başına düşen milli gelirin ise 3 kattan fazla artarak 10 bin doları aştığını ifade etti. Bu mevcut kazanımları sürdürmenin önemine vurgu yapan Bostan, şöyle devam etti: "Mevcut makroekonomik göstergelerin, Türkiye'nin 2008 krizinde olduğu gibi yine pozitif ayrışma şansına işaret ettiğini düşünüyoruz. Ekonomi yönetimi 2013 yılbaşından itibaren BES'te başta devlet katkısı olmak üzere milat olacak değişiklikler yapmıştır. Bu değişikliklerin en büyük amacı tasarruf oranlarını artırarak cari dengeyi yönetilebilir seviyede tutmaktır. Ülkemizin 2023'te dünyanın en büyük 10 ekonomisi arasına girmesinin yolu İstanbul'un dünyanın en büyük finans merkezlerinden biri haline gelmesiyle mümkün. BES ise bu süreçteki önemli aktörlerden biri olacak." Türkiye'deki güncel BES verilerini de paylaşan Bostan, BES'in 2013 yılında gösterdiği yüksek performansı 2014'e de taşıdığını, yılbaşından itibaren toplam katkı payı üretiminin 1 milyar lirayı aştığını, toplam katkı payı tutarının 2014 yılı mart ayı sonundaysa 22.8 milyar lira olarak gerçekleştiğini dile getirdi. Bostan konuyla ilgili olarak şunları söyledi: "2012 yıl sonu itibarıyla OECD ülkelerindeki BES'in son 5 yıllık ortalama nominal getirilerine bakıldığında Türkiye yüzde 11.6'lık getiriyle birinci sırada bulunuyor. Son bir yıllık reel getirideyse Türkiye tüm OECD ülkeleri arasında üçüncü sırada geliyor."



İSTANBUL FİNANS MERKEZİ PROJESİ

Türkiye'nin 2023 vizyonunda önemli bir yeri olan İstanbul Finans Merkezi (İFM) projesinin çok önemli bir proje olduğunu belirten Bostan, şunları dile getirdi: "BES birçok açıdan İFM projesine ciddi şekilde destek olan bir sistem. Uluslararası sermayenin ilgisini şimdiden çekmeyi başaran İFM projesi, ülkemize yapılan uluslararası yatırımları, dolayısıyla sermaye piyasalarındaki çeşitliliği ve derinliği artıracaktır." Geçtiğimiz yıl devlet katkısının da büyük desteğiyle BES'in hızlı bir büyüme kaydettiğini belirten Bostan, kurumsal katılımları daha fazla artırmak ve sistemi tabana yaymak için "otomatik katılım" uygulamasının da üzerinde çalışıldığını belirtti.

BES'TE OTOMATİK KATILIM (AUTO ENROLLMENT)

Geçtiğimiz yıl devlet katkısının da büyük desteğiyle Bireysel Emeklilik Sistemi'nin hızlı bir büyüme kaydettiğini belirten Mehmet Bostan, "Bilindiği gibi kurumsal katılımları daha fazla artırmak ve sistemi tabana yaymak için 'otomatik katılım' uygulaması üzerinde çalışılıyor. Söz konusu uygulama, İngiltere örneğinde olduğu gibi, işe yeni başlayan çalışanların BES'e doğrudan katılımını sağlayacaktır. Her ne kadar uygulamanın ana hatları henüz belli olmasa da, hem birey hem de sektör için çok olumlu sonuçlar doğuracağını düşünüyoruz" şeklinde konuştu.

Aşk-ı Nebi Sergisi büyük ilgi görüyor

Vakıf Emeklilik Genel Müdürü Mehmet Bostan, 8 Nisan'da açılışı gerçekleştirilen Aşk-ı Nebi Sergisi'ne destek vermenin kendileri için bir onur olduğunu söyledi.

Diyanet İşleri Başkanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı işbirliğiyle Kutlu Doğum Haftası etkinlikleri kapsamında düzenlenen ve 8 Nisan Salı günü açılışı gerçekleştirilen Aşk-ı Nebi Sergisi, sanatseverler tarafından büyük ilgi görüyor. Hz. Peygamber'in doğumunun 1443. yılına özel hazırlanan "Hicaz'dan İstanbul'a Hz. Peygamber Sevgisi; Aşk-ı Nebi Sergisi", Topkapı Sarayı Enderun Hazine Koğuşu ve Ayasofya'da olmak üzere iki aşamalı olarak gerçekleştiriliyor. Sergide gün yüzüne çıkarılan Kutsal Emanetler ve Peygamber aşkı için yaşayan usta hattatların Hilye-i Şerifleri yer alıyor. Bugüne kadar gerçekleştirilen en önemli "klasik İslam sanatları" çalışması olma özelliğine sahip sergide, yurtdışından yabancı hattatların eserleri ile ilk kez gün yüzüne çıkan eserler de bulunuyor.

İslam Kültür Sanat Platformu'nun da düzenleyicileri arasında bulunduğu ve sponsorluğunu Yıldız Holding ve Vakıf Emeklilik'in üstlendiği serginin küratörlüğünü Topkapı Sarayı Müzesi Müdürü Haluk Dursun, sanat danışmanlığını Prof. Dr. Mustafa Uğur Derman ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Ali Rıza Özcan yaptı.

Vakıf Emeklilik Genel Müdürü Mehmet Bostan, "Sergiye destek vermek bizler için bir onurdur. Hat sanatı bizim ileriye taşımamız gereken, medeniyetimizin ve estetik anlayışımızın en önemli kültür hazinesidir" şeklinde duygularını dile getirdi.



MetLife 'Koruyucu Meleğim' ile çocukları güvence altına alıyor

MetLife Emeklilik ve Hayat, yeni ürünü 'Koruyucu Meleğim' Ferdi Kaza Sigortası ile çocukların eğitim hayatını güvence altına alarak, ebeveynlerin gelecekle ilgili en büyük endişesine çözüm sunuyor.

EBEVEYNLERİN taşıdığı en büyük endişe, kendi başlarına beklenmedik bir durum geldiğinde çocuklarının eğitim yaşamları ve geleceklerinin belirsizliğe girmesi ihtimalidir. Çocukların, geleceğin en büyük teminatı olduğu bilinciyle yola çıkan MetLife, ebeveynleri rahatlatacak yeni bir sigorta paketi geliştirdi: Koruyucu Meleğim Ferdi Kaza Sigortası. Koruyucu Meleğim, ebeveynin kaza sonucu vefat etmesi durumunda çocuğu 23 yaşına kadar teminat altına alan bir sigorta. Bu yeni ürün sadece vefat durumunda değil, ebeveynin kaza sonucu kalıcı sakatlığı durumunda da, çocukları güvence altına alıyor. Teminat dahilinde ödenecek tutar ile çocuğun eğitim masrafları karşılanabiliyor, bu şekilde çocukların eğitim yaşamlarına ara vermeden devam etmeleri sağlanıyor.

Diğer yandan, çocuğun kaza sonucu kalıcı sakatlığı söz konusu olursa Koruyucu Meleğim bu kez, belirlenen teminat tutarını sigortalının kanuni vasilerine ödüyor. Sigortalı çocuğun kaza sonucu oluşabilecek tedavi masrafları ise, ana teminatın yüzde 10'u oranında sigorta tarafından karşılanıyor. Koruyucu Meleğim Ferdi Kaza Sigortası ayrıca psikolojik destek, danışmanlık, tıbbi nakil, fizik tedavi, evde bakım hizmeti gibi pek çok konuda da ailelere destek sağlıyor. Koruyucu Meleğim sigortası yaptıranlar görme engellilere de destek vermiş olacak.

KORUYUCU MELEĞİM SİGORTASI YAPTIRANLAR GÖRME ENGELLİLERE DE DESTEK VERECEK

MetLife'ın bu yeni sigorta paketini satın alan tüm müşteriler çok önemli bir sosyal sorumluluk projesine de katkı sağlamış sayılıyor. Ürün satışından elde edilecek gelirin bir bölümü ile görme engelli öğrencilere yönelik projeler hayata geçirilecek. Altı Nokta Körler Derneği'nin manevi desteği ile hayata geçirilecek projelerden ilki İstanbul'da görme engelli öğrencilerin gittiği 2 okulun kütüphanelerinin düzenlenmesi ve dünya klasiği olan çocuk romanlarının brail alfabesi ile bastırılarak okullara hediye edilmesi olacak. Bu projenin tamamlanmasını takiben, 2014 yılı içinde görme engellilere yönelik diğer bir proje daha hayata geçirilecek.



2014

Çocuğunuz Koruyucu Meleğim'e emanet...

MetLife®

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



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)

Groupama, "Muhsin Bey"i yeniden izleyiciyle buluşturdu

Groupama, "Türk Klasikleri Yeniden" projesi kapsamında, "Muhsin Bey" filmini restore etti. Filmin galasında, Yavuz Turgul, Abdurrahman Keskiner, Attila Özdemiroğlu, Şener Şen, Uğur Yücel, Osman Cavcı, Erdoğan Sıcak ve Sönmez Yıkılmaz bir araya geldi.

GROUPAMA, yedi yıl önce İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV) işbirliğiyle hayata geçirdiği "Türk Klasikleri Yeniden" projesiyle, Türk filmlerini restore ederek milli kültür mirasımızın korunmasına verdiği desteği sürdürüyor. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Prof. Sami Şekeroğlu Sinema-TV Merkezi işbirliğiyle yenilenen Yavuz Turgul'un 1987 yapımı "Muhsin Bey" filmi, 33'üncü İstanbul Film Festivali kapsamında 10 Nisan 2014 akşamı Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Prof. Sami Şekeroğlu Sinema-TV Merkezi'nde izleyicilerle buluştu.

"Muhsin Bey"in gösterimi için düzenlenen davete, Groupama Genel Müdürü Ramazan Ülger, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Prof. Sami Şekeroğlu Sinema-TV Merkezi akademisyenleri, İstanbul Kültür Sanat Vakfı yöneticileri, filmin yönetmeni olan Yavuz Turgul, yapımcı Abdurrahman Keskiner, müzik Attila Özdemiroğlu, filmin oyuncularından Şener Şen, Uğur Yücel, Osman Cavcı, Erdoğan Sıcak, Sönmez Yıkılmaz ayrıca sinema ve iş dünyasından tanınmış simalar katıldı.

'Türk Klasikleri Yeniden' projesinin gördüğü yoğun ilginin, her geçen yıl daha da artması ile ne kadar doğru bir karar verdiklerini belirten Groupama Genel Müdürü Ramazan Ülger, şöyle konuştu: "Groupama'nın 'Türk Klasikleri Yeniden' projesi kapsamında restorasyonu gerçekleştirilen yedinci filmimiz 'Muhsin Bey' ile bir kez daha karşınızda olmanın mutluluk ve gururunu yaşıyoruz. Öncelikle Muhsin Bey'in yeniden beyaz perdeyle buluşmasını sağlayan; Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Prof. Sami Şekeroğlu Sinema-TV Merkezi'ni, gerçekleştirdikleri titiz ve mükemmel çalışma için kutlamak istiyorum. Bu akşam aramızda bulunan tüm efsane oyunculara ve ülkemizde kültür ve sanatımızın gelişmesine büyük katkılar sağlayan İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın çok değerli yöneticilerine teşekkür ediyorum. Groupama olarak artık geleneksel hale gelen restorasyon projemize önümüzdeki dönemde de devam etmeyi hedefliyoruz."



FİLM TARANDIKTAN SONRA 176 BİN 688 RESME AYRILDI

"Muhsin Bey" filmi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Prof. Sami Şekeroğlu Sinema-TV Merkezi öğretim kadrosu ve öğrencileri tarafından, Prof. Sami Şekeroğlu'nun başkanlığında, yüksek teknoloji ve el emeğine dayanan 7 aylık bir çalışmayla tamamlandı. Film dijital olarak tarandıktan sonra 176 bin 688 resme ayrıldı. Her bir film karesi üzerinde tek tek çalışılarak toz ve çizikler giderildi. Restorasyon işlemlerinin tamamı, filmin orijinaline sadık kalınarak yapıldı. "Muhsin Bey" tüm yenileme işlemleri (tarama, restorasyon, renk ve yoğunluk düzeltme, kurgu) ileri teknolojiyle ve yüksek çözünürlükte (4K) tamamlanan ilk renkli Türk filmi oldu.



MUHSİN BEY HAKKINDA

"Muhsin Bey", 1987 yılında katıldığı 27. 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.

TSB'nin yeni başkanı Ramazan Ülger

11 Nisan 2014 Cuma günü gerçekleştirilen Türkiye Sigorta Birliği (TSB) Olağan Seçimli Genel Kurul Toplantısı'nda Groupama Sigorta ve Groupama Emeklilik Genel Müdürü Ramazan Ülger TSB Başkanı seçildi. TSB üyesi 61 şirketin üst düzey yöneticilerinin katıldığı seçimde, başkan adaylarından Ramazan Ülger 42 oy aldı. Daha önce de TSB Denetim Kurulu Başkanı olarak görev yapan Ülger, Groupama Sigorta ve Groupama Emeklilik görevlerinin yanı sıra 2 yıl süre ile TSB başkanlığını da yürütecek.

Sigorta sektöründe en önemli sorunun 'iletişim sorunu' olduğunu söyleyen Ülger, TSB başkanlığı süresince bu iletişim sorununu nasıl çözeceği hakkında şu şekilde konuştu: "Sürekli bir arada olarak çözeceğiz. Fakat 63 şirketin temsilcilerini bir araya getirip sürekli sorunları konuşmaktan bahsetmiyorum. Bu tür büyük katılımlı toplantılar çok verimli olmuyor. Küçük gruplar halinde, yani 8-10 kişilik gruplar halinde sürekli bir araya gelmeyi planlıyorum. Belli aralıklarla bir araya gelip herkesin gündeminde ne var, onları konuşmayı ve çözüm önerileri almayı planlıyoruz."

Sektörün diğer en önemli sorunu olan kârsızlık ile ilgili de düşüncelerini aktaran Ülger, "Trafikteki bedeni sorunlar normale döndüğünde ve bunun için gerekli düzenlemeler yapıldığında sektörün kârsızlık sorunu çözülecek. Bedeni hasarlarla ilgili uygulamalar hem bizim hem tüketicinin maliyetini artırıyor. Sadece aradaki aracılar kazanıyor. Yasal düzenlemeyi yaparsak sorun büyük ölçüde giderilir. Bu konuda Birlik'in bir çalışması var. Hatta Hazine ile mutabakat sağlanmış bir çalışma var" dedi.



Ramazan Ülger Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'ndeki lisans eğitiminden sonra kariyerine Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği'nde başladı ve Merkez Birliği'nde Fon Yönetim Müdürlüğü yaptı. Yüksek lisansını Ankara Gazi Üniversitesi'nde tamamlayan Ramazan Ülger 2000-2004 yılları arasında Güven Sigorta ve Güven Hayat'ta Genel Müdür Yardımcısı, 2004-2008 yılları arasında Güven Hayat'ta Genel Müdür ve 2008- 2009 yılları arasında Güven Sigorta ve Güven Hayat'ta Genel Müdür olarak çalıştı. Ramazan Ülger, Tarım Sigortaları Kanunu hazırlıkları sürecinde Tarım Bakanlığı nezdinde çalışmalarda bulunmuş ve Tarım Sigortaları Vakfı Yönetim Kurulu üyeliği yapmıştır.

Ramazan Ülger, 2009 yılında Groupama Sigorta ve Groupama Emeklilik'te Acenteler, Bölgeler ve Tarım Satış'tan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak göreve başladığı şirkette 2012 yılından itibaren Genel Müdür olarak görev yapıyor.

Generali'den 77 liradan başlayan fiyatlarla zorunlu trafik sigortası

Generali'nin gerçekleştirdiği detaylı analizler ve özel fiyatlandırma stratejisiyle birlikte sürücüler yüzde 70'e varan indirimle 77 liradan başlayan fiyatlarla zorunlu trafik sigortası sahibi oluyor.

GENERALI faaliyet gösterdiği 60 farklı ülkenin deneyim ve tecrübesiyle yepyeni geliştirilen ürün ve hizmetlerle Türkiye'de en iyi hizmet veren sigorta şirketi olmak yolunda hızla ilerliyor. Bu amaçla Generali, müşterilerinin taleplerini dikkate alarak yepyeni ürünler ve fiyat politikasını müşterilerinin hizmetine sundu.

PRESTİJ TRAFİK SİGORTASI ALANA ÜCRETSİZ ASİSTANS HİZMETİ

Generali'nin zorunlu trafik sigortası ürünü olan Prestij Trafik ile sürücülerin hasar geçmişi ve aracın özellikleri dikkate alınarak sürücülere yüzde 70'e varan indirimden yararlanma şansı sunuluyor. Generali Prestij Trafik ürününe sahip olan sürücüler üçüncü şahıslara karşı sorumluluklarının yanı sıra kendilerine de yardımcı olan ücretsiz lastik değişimi, yakıt bitmesi durumunda aracın çekilmesi ve akü bitmesi durumunda şarj / çekme hizmeti ve araç çilingir hizmetini standart ürün paketi içinde temin ediyorlar. Böylece Generali, zorunlu trafik sigortasına bambaşka bir bakış açısı getiriyor.



Petar Dobric

Generali, Prestij Trafik Sigortası ile birlikte ekstra asistans paketini de alanlar, kaza veya arıza neticesinde ikame araç, 60 dakikada çekici hizmeti garantisi ve yolculuğun tamamlanması amacıyla şehiriçinde geçerli taksi ücreti gibi eşsiz olanaklardan yararlanıyor. Müşterilerinin zor durumlarda kolayca gerekli hizmete ulaşmasını hedefleyen Generali aynı zamanda, Cam Asistans Hizmeti, Sürücü Ferdi Kaza Teminatı gibi eşsiz hizmetlerden de yararlanarak kendilerini de güvence altına alıyor.

Generali Strateji ve İş Geliştirmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Petar Dobric, "Prestij Trafik bizim favori ürünümüz. Yeni ürünümüzle, düne kadar sadece üçüncü şahıslara karşı sorumluluk sağlayan bir ürün olan zorunlu trafik sigortasına yepyeni bir bakış açısı getiriyoruz. Müşterilerimiz aynı ücreti ödeyerek daha fazla hizmet alabilecekler. Birçok sürücü kendisinin başına gelmeyeceğini düşünmesine rağmen oranlara baktığımızda en sık rastlanan sorunlar arasında lastik değişimi ve kilit değişimi ihtiyaçlarının geldiğini görüyoruz. Müşterilerimizin rahatı ve hizmetlerimizin kalitesi bizim için çok önemli. Bu yüzden araç sahibinin 60 dakika içinde çekici hizmetine ulaşmasını garanti ediyoruz. Aksi takdirde müşterilerimize nakit olarak 50 lira ödeme yapıyoruz" dedi.

GENERALI'DEN UYGUN FİYATLI KASKO

Tüketicilerin ihtiyaçları için sayısız araştırma gerçekleştiren Generali, pazara yepyeni inovatif ürünler sundu. Araştırmalara göre sürücülerin yüzde 90'ı kasko satın almak istiyor ancak sadece yüzde 30'u yüksek fiyat dolayısıyla kasko alabiliyor. Aynı araştırmalarda müşterilerin 50 bin liraya kadar limitle olası kazaları kapsamasını tercih ediyor. Tüm bu sonuçları dikkate alarak Generali Sigorta, tüketiciler için farklı kasko sigortası ürünleri geliştirdi.

FARKLI İHTİYAÇLARA GÖRE FARKLI KASKO ÜRÜNLERİ

Uygun fiyata full kasko sahibi olmak isteyenler için Prestij Kasko Ekstra ürününü 299 liradan başlayan fiyatlarla piyasaya sundu. Generali, full kasko olarak adlandırılan Prestij Kasko Ekstra ürünün yanı sıra çarpışma gibi ana riski güvence altına alan Mini Kasko, Mini Kasko Ekstra ürünlerini tüketicilerinin beğenisine sunuyor. Mini Kasko düşük fiyat kategorisindeki bir ürün olarak 2 bin liraya kadar meydana gelebilecek hasarları güvence altına alıyor.

Generali Grup, 2013 yılında 1.9 milyar euro net kâr açıkladı

Dünyanın en büyük sigorta şirketlerinden Generali, 2013 yılı için 1.915 milyar euro net kâr açıkladı. Son altı yılın en yüksek kârına ulaşan Generali adına Grup CEO'su Mario Greco, 2015 yılı için koydukları hedefe emin adımlarla ilerlediklerini aktardı. Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Standard & Poor's ise Generali'nin notunu "A-" olarak açıkladı.

Generali Grup'un yıl sonundaki başarısı, belirsiz ekonomik iyileşme, düşük faiz oranları, doğal afet kayıplarına rağmen Grup'a kârlı bir artış sağladı. Generali, 2013 yılını tüm iş kollarında büyüme göstererek 4.207 milyon euro faaliyet kârı (2012 yılındaki 3.994 milyon euro kâra oranla yüzde 5.3'lük artış) ile kapattı. Generali, 1.915 milyar euroluk net kârını (2012 yılı 94 milyon euro) yalnızca operasyon faaliyetlerinden elde ederek son 6 yılın en yüksek sonucuna ulaştı.

Generali'ye bir iyi haber de Uluslararası Kredi derecelendirme kuruluşu Standard & Poor's dan geldi. S&P, CreditWatch'un kararını takiben geçen yılki global değişim kriteri sonucu Generali'nin notunu "A-" olarak açıkladı. Böylece sigorta çözümleri kuruluşu ve finansal güç olarak Generali'nin güvenilirliği, S&P'nin not artışıyla desteklenmiş oldu. İtalya'nın olası bir temerrüde düşmesi potansiyeline



Mario Greco

karşı aşırı derecede uç bir kriz senaryosuyla test edilen Generali bu testi geçmeyi başardı.

Generali Grubu CEO'su Mario Greco bu önemli gelişmeleri şöyle değerlendirdi: "2013, Generali'nin dönüşümü açısından temel nitelikte bir yıl oldu. Elde edilen sonuçlar, stratejik planımızda yer alan hedeflere, olması gerektiği gibi ilerlediğimizi, hatta bunları aştığımızı göstermektedir. Uzun yıllardan sonra ilk kez, şirketimizin net sonuçlarının tamamı, olağandışı kalemlerden etkilenmek yerine direkt olarak kendi ticari faaliyetlerimizden kaynaklandı."

Greco sözlerini şöyle sürdürdü; "Yıl boyunca Generali Grup'ta derin değişiklikler gerçekleştirdik. Bilhassa, 2.4 milyar euro tutarına asıl faaliyet alanı içinde olmayan varlıkları elden çıkardık ve stratejik alanlarda 1.5 milyar euroluk azınlık hissesi elde ettik. Grubun yönetim yapısını güçlendirdik ve idaresini daha basit hale getirdik. Şu anda Grup idaresi uluslararası en iyi uygulamalarla paraleldir. 2013 yılı boyunca yüzde 26'lık bir toplam hissedar getirisi sağladık. Elde ettiğimiz bu sonuçlar ve temettümüzü iki katından da yüksek bir seviyeye çıkarmamızla birlikte, doğru yolda olduğumuzun bir göstergesidir. Belirlemiş olduğumuz hedeflere ulaşabilmek için hala daha çok şey yapmamız gerektiğinin bilincindeyiz. 2014 içinde borçlarımız daha da azalacak ve önemli maliyet tasarrufları gerçekleştirilecektir. Faaliyet sonuçlarımızın ve net kârımızın, hissedarlarımızın kârlılığını kademeli olarak artırmayı hedefleyen planımız doğrultusunda daha da iyileşeceğini tahmin ediyoruz."

Grubun üç yıllık "dönüşüm stratejisi"nin ilk yılı olan 2013 boyunca Generali, kârlılığını ve sermaye sağlamlığını artırmaya yönelik önemli adımlar attı. Grup asıl faaliyet alanına yeniden odaklanırken, asıl olmayan faaliyetleri elden çıkarttı ve stratejik faaliyetlerin tam kontrolünü ele geçirmek için yatırımlar yaptı. Grup ayrıca, daha basit ve etkili bir organizasyon şeması oluşturarak idari yapısını da güçlendirdi.

Halk Sigorta Genel Müdürü Bülent Somuncu:

Sigorta haksız kazanç kapısı olmamalıdır

Risk priminin hesaplanmasında dolandırıcılık ve sahtekârlıkların şirketlere yüklediği maliyetlerin de etkili olduğunu ifade eden Bülent Somuncu, sigorta şirketlerinin sahte hasarlara karşı toplumda bilincin sağlanması için etkin çalışmalar yapması gerektiğini söyledi.

HALK Sigorta Genel Müdürü Bülent Somuncu, kasko ile ilgili yaptığı açıklamada kasko sigortalarında kârlılığı moralitenin belirlediğini ifade etti. Kasko sigortalarında, sigortalama öncesi mevcut hasarların maliyetleri artırarak fiyatlara baskı yaptığını söyleyen Somuncu, tam rekabetin kaskoda fiyat rekabeti olarak algılandığı sigortacılık sektöründe, moralitenin maliyetleri etkileyen bir unsur olarak belirdiğini belirtti.

Bülent Somuncu açıklamasına şu şekilde devam etti: "Yeni Türk Ceza Kanunu'nun 157. maddesi "Hileli davranışlarla bir kimseyi aldatıp, onun veya başkasının zararına olarak, kendisine veya başkasına yarar sağlayan kişiye bir yıldan beş yıla kadar hapis cezası verilir" hükmünü amirdir. Yasa, suçu ağırlaştırıcı nedenler arasında (TCK madde 158) dolandırıcılık suçunun, sigorta bedelini almak maksadıyla yapılması halinde daha ağır ceza verilmesini düzenlemektedir. Süpermarketlerde, bedeli ödenmeden dışarı çıkarılan malların maliyetlerinin bir marj dahilinde fiyatlara yansıtılması gibi, kasko sigortalarında sahte hasarların maliyetlerinin fiyatlara yansıtılması gerekmektedir. Dolayısıyla, sigorta sahtekarlıkları primler üzerinde artış baskısı yapmaktadır."

Sigorta hizmetlerinin fiyatlandırılmasının, bilimsel ve aktüeryal çalışmalar sonucu gerçekleştiğini hatırlatan Somuncu, risk priminin, bir hizmetin çıplak maliyeti olduğunu, risk priminin hesaplanmasında dolandırıcılık ve sahtekarlıkların şirketlere yüklediği maliyetlerin de etkili olduğunu ifade etti. Türk Ceza Kanunu ile sigorta şirketlerini dolandırarak haksız kazanç elde edenlere hapis cezası öngörülmesine rağmen sistemdeki bu tür kayıp ve kaçakların engellenemediğini söyleyen Bülent Somuncu açıklamasını şu şekilde sürdürdü:



"Kasko sigortalarında brüt primin hesaplanması için risk priminin üzerine komisyonlar, masraflar ve kâr marjı gibi unsurlar eklenerek bir sonuca ulaşılmaktadır. Ancak hasarları iyi denetleyen, mali yapısı güçlü olan ve masraflarına hakim olan şirket daha güçlü bir şekilde rekabet edebilmektedir. Şirketlerimizin, Birlik aracılığı ile sahte hasarlarla mücadele mevzuatına netlik kazandırılması ve sahte hasarlara karşı toplumda bilincin sağlanması için etkin çalışmalar yapması hayati önemdedir."





Türk Nippon Sigorta Genel Müdürü Dr. E. Baturalp Pamukçu, acentelerin şirket sistemlerine kolay erişebilmeleri ve müşterilerine daha hızlı hizmet sunabilmeleri için donanım yatırımları, sigortacılık yazılımı ve internet uygulama çalışmalarının durmaksızın devam ettiğini söyledi.

Türk Nippon Sigorta teknolojiye yatırım yapmayı sürdürüyor

TÜRK Nippon Sigorta Genel Müdürü Dr. E. Baturalp Pamukçu, dünyadaki bilgisayar, internet gibi alanlarda yaşanan teknolojik gelişmelerin son 10 yıllık dönemde oldukça büyük bir ivme kazandığını ifade etti. Özellikle akıllı mobil cihazlar tarafındaki gelişmelerin bilişim sektörüne olan bakış açısını tam anlamıyla değiştirdiğini vurgulayan Pamukçu, tüm bu gelişmelerin paralelinde son dönemde sosyal ağların da devreye girmesiyle birlikte, teknoloji kullanımının toplumun tüm kesimlerine yayılma imkanı bulduğunu belirtti.

"Teknolojinin sağladığı hız ve bu hız sayesinde gereken bilgilere kolay erişebilme imkanı özellikle acente, broker, banka ve diğer satış kanallarının yanı sıra, yetkili servis, sosyal ağlar, internet siteleri gibi birçok kanal vasıtasıyla müşterileriyle etkileşim içerisinde olan sigorta şirketleri açısından beklentileri oldukça artırdı" diyen Pamukçu, şirketlerin teknolojiyle birlikte değişen müşteri beklentilerine ayak uydurabilmek için teknolojideki gelişmeleri takip etmeye ve bu gelişmelere konu olan aktivasyonları iş akış süreçlerine hızlıca entegre etmeye başladığını söyledi.

'UYGULAMALARIMIZLA HAYAT KOLAYLAŞACAK'

Gelişen teknolojilerle birlikte, şirketlerin altyapılarında da yeni yatırımlara ihtiyaç duyulduğuna değinen Pamukçu, "Şirketimizin ana altyapısı sanallaştırma üzerine kuruldu. Şirketimiz, sanallaştırma platformunun üzerinde çalışan fiziksel sunucuları, gelişen teknoloji paralelinde periyodik olarak yenilemekte ve hızla gelişen Bilgi Teknolojileri uygulamalarını kendi sistem altyapısında devreye almaktadır. Kurumsal sitemiz, acente portalımız ve sigortacılık yazılımımızla ilgili artan kapasite kullanımına paralel olarak, acentelerimizin sistemlerimize kolay erişim sağlamaları ve müşterilerine daha hızlı hizmet sunabilmeleri için donanım yatırımlarımız, sigortacılık yazılımı ve internet uygulama çalışmalarımız durmaksızın devam etmektedir. Geliştirme aşamasında olan mobil uygulama ve sigortalılara yönelik internet sitesi projelerimizin yayına girmesiyle birlikte hem acentelerimizin hem de sigortalıların hayatını daha da kolaylaştıracağımızı düşünüyoruz" şeklinde konuştu.

'SOSYAL MEDYA BİZE YOL GÖSTERİYOR'

Artık hayatımızın birer parçası haline gelmiş olan sosyal ağlara kayıtsız kalmanın da neredeyse imkansız bir hal aldığını dile getiren Dr. E. Baturalp Pamukçu, şunları söyledi: "Sosyal ağlar bugüne kadar internet üzerinde tek taraflı olan bilgi paylaşımının, çift taraflı ve eş zamanlı bir yapıya dönüşmesini sağladı. Ayrıca, pek çok ülkede insanların yaptıkları paylaşımlar kişisel olmaktan öteye geçip sosyal oluşumlara öncülük ederek şirketlerin ürünlerinde ve yapılarında değişikliklere gitmelerine sebep oldu."

Türk Nippon Sigorta için sosyal medyada var olmanın, sadece birkaç farklı sosyal ağ hesabına sahip olmak ve bu hesaplar üzerinden insanlara fayda sağlamayan paylaşımlar yapmak anlamına gelmediğine dikkat çeken Pamukçu, "Biz, insanların sosyal medyada sektörümüz ve şirketimizle ilgili yaptıkları paylaşımları takip ediyor, bu paylaşımlara değer veriyor ve bunları, yaptığımız işlerde acentelerimize ve müşterilerimize daha fazla fayda sağlamak amacıyla yol gösterici birer veri olarak kullanıyoruz. Önümüzdeki dönemde sektöre ve sigortalılara fayda sağlayacak sosyal ağ projelerimizi devreye alacağız" dedi.



'ACENTELERİMİZİN İŞİ GALAKSİ İLE DAHA KOLAY'

Şirketin acente portalı olan Galaksi üzerinden sunulan imkanlardan da bahseden Pamukçu, bu portal sayesinde acentelerin Türk Nippon Sigorta ürünleriyle ilgili dokümanlara kolayca ulaşmalarını, e-posta alıp göndermelerini, şirketle daha kolay iletişime geçmelerini, acentelikleriyle ilgili raporlara, kampanya ve duyurulara erişmelerini ve kampanyalarla ilgili performanslarını takip etmelerini sağladıklarını ifade etti.

"Şirketimizin sunduğu sektörde fark yaratan kullanıcı dostu Jet Satış ekranlarıyla acentelerimiz; kasko, trafik, DASK, konut, ferdi kaza ve seyahat sağlık ürünlerinde en kolay ve hızlı şekilde poliçe üretebiliyorlar" diyen Genel Müdür Dr. E. Baturalp Pamukçu, yenilenen kurumsal internet sitelerinin, sigortalıların internet üzerinden poliçeleriyle ilgili pek çok bilgiye kolayca ulaşmalarını sağladığını ve hasar durumunda internet üzerinden şirketle iletişime geçmelerine imkan verdiğini kaydetti.

'KARŞILAŞILAN SİSTEMSEL SIKINTILAR HIZLA ÇÖZÜLÜYOR'

Acentelerin iş süreçleri içerisinde sistemsel bir sorunla karşılaşması durumunda uygulanan prosedürler hakkında bilgi veren Pamukçu, sözlerini şöyle tamamladı: "Acenteler, ilk aşama olarak yaşadıkları sorunu bağlı bulundukları bölgelerdeki ilgili müşteri temsilcisi, Genel Müdürlük bünyesinde hizmet veren ilgili departman yetkilisi ya da acente portalı üzerinden online destek servisi aracılığıyla Bilgi Teknolojileri Departmanı'na iletiyor. Karşılaşılan problemler Bilgi Teknolojileri Departmanı'na ulaştıktan hemen sonra sorunun içeriğine göre yazılım veya sistem uzmanlarımız tarafından uzaktan erişim yöntemi ile veya gerektiği durumlarda acentelerimize yapılan ofis ziyaretleri ile çözüme kavuşturuluyor."

Tabletle satış yapan ilk Hayat Sigortası şirketi

Yenilikçi ürünler

Gelirinizi artıracak Acente Modeli



AEGON
Emeklilik ve Hayat
Yarını Değiştirir

Yarını değiştirmeye hazır mısınız?

Siz de yeni bir acente kurmak ya da var olan acentenizi yarınlara taşımak istiyorsanız, sigortacılık sektöründe ilklere imza atan Aegon Emeklilik ve Hayat'ın benzersiz acentelik teklifleriyle tanışın.

Gelin, yarınlarda hep beraber büyüyelim!

444 0 312 | aegon.com.tr

Kooperatif sigortacılığı sigortalıların benimsemesiyle büyüyecek

24 Nisan'da Milli Re'de Koru Mutuel Sigorta tarafından düzenlenen Kooperatif Sigortacılığı Konferansı kamu ve sektör temsilcileri ile Avrupalı mutuel sigortacıları bir araya getirdi. Kooperatif sigortacılığı hakkında pek çok bilginin paylaşıldığı etkinlik dinleyiciler tarafından ilgiyle takip edildi.

Koru Mutuel Sigorta, 24 Nisan'da Milli Reasürans Salonu'nda, Yeni Bir Sigortacılık Modeli: Kooperatif Sigortacılığı konferansı düzenledi. Konferansta; kooperatif sigortacılığı, karşılıklılık prensibi, sigorta kooperatiflerinin işleyişi ve sürdürülebilirliği, Avrupa ülkelerinde kooperatif sigortacılığı uygulamaları, kooperatif sigortacılığının ülkemizdeki potansiyeli ile ilgili pek çok soruya, konusunda uzman konuşmacılarla cevap arandı.

Koru Mutuel Sigorta Kooperatifi Genel Müdür Vekili Hüsamettin Doğramacı'nın açılış konuşması ile başlayan konferansta, kooperatif sigortacılığına ilişkin mevzuatın ağırlıklı olarak tartışıldığı ilk oturumun ardından, Türkiye'den ve dünyadan sigorta kooperatiflerinin örneklerinin konuşulduğu ikinci oturumla konferans sona erdi.

Konferansın ilk oturumunda, Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Karasu, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Gümrük ve Ticaret Başmüfettişi Yusuf Üstün, kooperatif sigortacılığının Türkiye'de uygulanmasına yasal zemin hazırlayan iki kurumun üst düzey temsilcileri olarak bilgi verdiler.

Hazine Müşteşarlığı Sigortacılık Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Karasu, Türkiye'nin mevcut ve gelecek demografik yapısı ile ilgili bilgi verdi. Kooperatiflerin ortaklık süreciyle ilgili olarak en büyük sorununun 100 liralık ortaklık payı olduğunu vurgulayan Yusuf Üstün geleneksel sigorta şirketleri ile rekabet edilebilir bir fiyatlandırmanın olabilmesi için, ortaklık bedelinin 1 lira gibi sembolik bir değere düşürülmesi konusunda Bakanlık düzeyinde çalışmalar yapıldığını söyledi.

Avrupa'da kooperatif sigortacılığının en yetkili organizasyonu, Avrupa Mutuel Sigortacılar ve Sigorta Kooperatifleri Birliği (AMICE) adına, birliğin Genel Sekreteri Gregor Pozniak, Avrupa'da kooperatif sigortacılığı pazarı ve AMICE' nin üyelik yapısı ile ilgili bilgileri paylaştı.

Birinci oturumun son konuşmacısı 2012 yılından bu yana Koru Mutuel Sigorta Genel Müdür Vekilliğini sürdüren Hüsamettin Doğramacı, kuruluş aşamasından bugüne gelinen süreçle ilgili bilgiler aktardı ve karşılıklı sigortanın dünyadaki gelişimini gözler önüne serdi.

Konferansın ikinci ve son oturumunda, 2012



Hüsamettin Doğramacı

yılından bu yana Koru Mutuel Sigorta'nın ortağı olan ve çalışma modelleri ile Birleşmiş Milletler tarafından dünyaya örnek gösterilen Tire Süt Kooperatifi'nin Başkanı Mahmut Eskiyörük, kooperatifçilik ve Koru Mutuel Sigorta işbirliği hakkında konuştu. Fransa'da sigorta kooperatifi olarak yolculuğuna başlayıp 11 farklı ülkenin yanı sıra Türkiye'de de faaliyetlerini yürüten Groupama Sigorta'nın Genel Müdürü Ramazan Ülger, Groupama Sigorta'nın lokal bir kooperatif olarak başlayıp, dünya devi olma süreci hakkında bilgi verdi. AMICE üyesi olan Belçikalı P&V Group şirketinin Halkla İlişkiler Koordinatörü Julien Hayen, Belçika'da sigorta kooperatiflerinin durumu ve şirketi P&V Group'a ilişkin bilgiler paylaştı. Son konuşmacı Mogens N. Skov ise, Danimarka'da sigorta kooperatiflerinin durumu ve önümüzdeki süreçte kooperatifler için nihai çözümler hakkında bilgi verdi.

TSB'nin yeni yönetimi belirlendi

Türkiye Sigorta Birliği'nin (TSB) 11 Nisan'da gerçekleştirilen Olağan Seçimli Genel Kurul Toplantısı'nda Groupama Genel Müdürü Ramazan Ülger Yönetim Kurulu Başkanı oldu. Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Hayat Dışı Yönetim Komitesi Başkanı Ragıp Yergin, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Hayat ve Emeklilik Yönetim Komitesi Başkanı Mete Uğurlu, Yönetim Kurulu Üyesi ve Hayat Dışı Yönetim Komitesi Üyesi Uğur Gülen, Yönetim Kurulu Üyesi ve Hayat ve Emeklilik Yönetim Komitesi Üyesi Şeref Aksaç oldu.

Hayat Dışı Yönetim Komitesi: Mehmet Akif Eroğlu (Ziraat), Uğur Gülen (Ak), Musa Ülken (Anadolu), Okan Utkueri (Eureko), Erdinç Yurtseven (Mapfre Genel), Mine Ayhan (Generali), Ragıp Yergin (Liberty), Ceyhan Hancıoğlu (HDI), Hasan Hulki Yalçın (Milli Re).

Hayat ve Emeklilik Yönetim Komitesi: Deniz Yurtseven (MetLife), Cemal Onaran (Garanti), Mete Uğurlu (Anadolu Hayat), Şeref Aksaç (Ziraat Hayat), Taylan Türkölmez (Allianz Yaşam), Nurullah Okur (Halk Hayat), Türker Gürsoy (Asya Emeklilik), Ali Ersoy (Demir Hayat), Cemal Kişmir (BNP Paribas Cardif Emeklilik).

Aviva, Türkiye'deki elementer sigorta şirketini sattığını acentelerine duyurdu

Aviva plc ("Aviva") elementer sigorta şirketi, İstanbul'daki acentelerine Aviva Sigorta'yı EMF Capital Partners ("EMF") liderliğindeki girişim sermaye ortaklığına sattığını verdiği kokteylde duyurdu. EMF Capital Partners, gelişen pazarlarda sigorta hizmetlerine odaklanmış bir girişim sermaye yönetim şirketi. EMF Capital Partners'ın CEO'su Peter Lovas, anlaşma ile ilgili düşüncelerini acentelere şu şekilde aktardı: "Aviva Sigorta alımı, bizim için oldukça heyecan verici, bu anlaşma, EMF Türkiye stratejisinin ana adımlarından biridir. Aviva Sigorta yönetimi ve çalışanlarıyla Türkiye'de kuvvetli bir elementer şirketi inşa etmek için sabırsızlanıyoruz."





İcra Kurulu Üyesi ve Satış Direktörü Anıl Rasih Gülcen:

Ray Sigorta'nın kalbi acentedir

Ray Sigorta'nın prim üretiminin yüzde 67'sini acenteler kanalıyla sağladığını belirten Ray Sigorta İcra Kurulu Üyesi Anıl Rasih Gülcen, "Ray Sigorta'nın kalbi acentedir. Halen binin üzerinde acenteyle çalışıyoruz, hedefimiz 2015 yılında bu sayıyı 1.500'e çıkarmak" dedi.

RAY Sigorta İcra Kurulu Üyesi ve Satış Direktörü Anıl Rasih Gülcen, 2014 yılında öncelikli hedeflerinin kaâederek büyümek olduğunu söyledi. 2013 yılını yüzde 20'ye yakın bir büyümeyle kapattıklarını dile getiren Gülcen, "Bu sene de benzer bir büyüme trendi bekliyoruz. Ama tabii ki yılın ilk 3 ayındaki ekonomik durum ve sektörün gidişatına baktığımızda belki bu beklentilerimizin bir miktar altında kalabileceğimizi de öngörüyoruz" dedi.

Geçen yıl sektörün çok ciddi bir büyüme ivmesi kazandığını hatırlatan Gülcen, "Yılın ilk 2 ayının verilerine baktığımızda kasko neredeyse büyümüyor, reel anlamda küçülüyor. Trafik branşı da reel olarak çok az bir büyümeyle devam ediyor. Benzer büyüme Ray Sigorta için de geçerli. Üretim hedeflerimizi motor dışı branşlara daha fazla yüklenerek yakalıyoruz. Toplam üretimde ilk 3 ayda sektör yaklaşık yüzde 11 seviyesinde büyürken Ray Sigorta yüzde 13 civarında büyüdü" diye konuştu.

'PORTFÖYÜ DENGELEDİK'

2014 yılında sektör ortalamasının biraz üzerinde büyüyerek pazar payını korumayı hedeflediklerini belirten Gülcen şunları söyledi: "Strateji açısından biz son 3 yılda motor dışı branşları çok ciddi zorladık ve bu alanda çok iyi bir büyüme sağladık. Geçtiğimiz 3 yılda portföyümüzü yüzde 40 motor, yüzde 60 motor dışı branştan oluşturma düşüncemiz mevcuttu. Bunu başardık, ama şimdi görüyoruz ki daha da büyümek için hem motorda hem de motor dışında benzer oranlarda büyüme trendini yakalamamız gerekiyor."

Önümüzdeki yıllarda hem motor, hem de motor dışı branşlarda büyüme trendini devam ettireceklerini ifade eden Gülcen şu değerlendirmeyi yaptı: "Bizim stratejimiz belli ve net. Network anlamında biz acentelerimizi özellikle ileriye doğru iten bir şirketiz. Acente kanalında ciddi bir büyüme katediyoruz. Toplam portföyümüzün yaklaşık yüzde 67'si acentelerden geliyor. Kalan kısım da broker, direkt işlerimiz ve özellikle finansal kurumlarla tamamlanıyor. Finansal kurumlar kısmında yani banka ve leasing tarafında çok ciddi büyüdük. Bir banka 4 leasing şirketi ile çalışıyoruz, bunların sayısını da artırıp 2014 yılında 3 banka 5 leasing şirketiyle çalışmayı öngörüyoruz. Broker tarafında zaten son 3 yılda büyümemiz iyiydi. Direkt işler tarafında da elimizden gelen çabayı sarf ediyoruz."

'ACENTE KANALINDA BÜYÜYORUZ'

Ray Sigorta'nın büyüme stratejisinde acente kanalına büyük önem verdiğini dile getiren Gülcen, "Biz özellikle İç Anadolu ve İstanbul'daki bölgeler nezdinde ciddi büyümeler göstermiştik. Bu büyümeler adetsel anlamda acente büyümesiydi. Bunu tüm Türkiye'ye yaymaya devam ediyoruz. Son 2 yılda; Güneydoğu Anadolu, Karadeniz ve İç Anadolu bölgesinde seçtiğimiz özel illerde ve ilçelerde büyümeyi tercih ettik. İl bazından ilçe bazına indik, detaylı olarak çalıştık. Türkiye'deki hemen hemen tüm büyük ilçelerde var olmaya çalışıyoruz. Ekonominin olduğu her yerde olmalıyız diye düşünüyoruz. Bu anlamda da çalışmalarımızı süratle sürdürüyoruz. Türkiye'de 1.000'in üzerinde acenteyle çalışan bir şirketiz" diye konuştu.

2014 yılı sonunda acente sayısını 1.200'e çıkarmayı hedeflediklerini belirten Gülcen, "2015'in sonunda 1.500 acenteyle çalışmak istiyoruz, ama bu acenteler bizimle aynı kaptan yemek yiyebilecek acenteler olmalı" dedi.

'KAZAN-KAZAN İLKESİYLE ÇALIŞIYORUZ'

Ray Sigorta'nın son üç yılda kârlılığa odaklandığını, ama bunu yaparken acentelerini de ihmâl etmediğini vurgulayan Gülcen şunları söyledi: "Siz kazanmadan sizinle çalışan partnerlerinize kazandırma şansınız yok. Son 3 yılda gerçekten kendimizi düşünmek zorundaydık. Ama bunu düşünürken de hiçbir zaman acentelerimizi yalnız bırakmadık. Bizim kazan-kazan anlayışımızla, Ray Sigorta kazandıkça acenteler de kazanıyor. Acentelerimizi hem ürün hem de bu ürünlerin getirileri bazında desteklemeye gayret ediyoruz. Fiyatlarda veya teminatlarda çok ciddi değişiklikler göstermemeye çaba sarf ediyoruz."

"Ray Sigorta'nın kalbi acentedir" diyen Anıl Rasih Gülcen şöyle devam etti: "Biz acentelerimizle aile olma taraftarıyız. Zaten kazan-kazan politikamızla iki taraf da mutlu oluyor. Kampanyalarımız, ödüllerimiz, yurtdışı seyahatlerimiz çok eğlenceli ve zevkli geçiyor. Gerçek anlamda bir aile sıcaklığı, rahatlığı hissedebiliyoruz ve her yıl mevcut kontenjanın üzerinde acentenin katılımıyla kampanyalarımızı yapıyoruz. Bugüne dek yurtdışı gezilerinde kasko ve trafik satışlarını kontenjanı doldurmamak için baz almıyorduk, ama gelecek dönemde bir kampanya yapacağız, burada ilk defa kasko ve trafik branşını da baz alacağız. Tüm acentelere eşit olarak yakınız."

'KISITLAMA YOK, HERKES KAZANABİLİR'

Ray Sigorta'nın düzenlediği kampanyaları da değerlendiren Gülcen, "Başarımızın bir sebebi de şu; biz kriter olarak kısıtlama yapmıyoruz. Yani 10 acente de kazanabiliyor, 100 acente de kazanabiliyor. Mesela Rio'ya 70 kişi gittik ki kontenjanı 40 olarak belirlemiştik" dedi.

Sadık acentelerin Ray Sigorta açısından büyük önem arz ettiğini vurgulayan Gülcen şunları söyledi: "Biz acentesine en yakın sigorta şirketiyiz, çünkü acentelerimizle özellikle acente temsilcilerimiz ve bölge müdürlerimiz birebir görüşüyor. Özellikle Münhasır acentelerimizle onlara birebir dokunarak, iletişime geçerek, birebir anlatarak ve bazı yerlerde onları da zorlayarak hem onların daha fazla üretim yapması hem de bizim daha kârlı işler yapmamız için çalışıyoruz. Çoklu acenteliklerde ise biz bir adım daha öteye geçmek için sahada daha fazla ziyaret yapıyoruz. Ve acentelerimizin istekleri doğrultusunda ürün geliştirmeye çalışıyoruz. Son dönemde hazırladığımız 2 yeni ürünümüz var, bunları tamamen acenteyi düşünerek, yani müşterinin beklentilerini karşılayan ürünler olarak geliştirdik. Bunun yanı sıra pazarlama desteğiyle, kampanyalarla acentelerimizin yanında olmaya çalışıyoruz."



Kazan-kazan anlayışıyla hem Ray Sigorta'nın hem de acentelerin kazandığını söyleyen Gülcen, acenteleri her konuda desteklediklerinin altını çizdi.

'KAMPANYALAR ŞİRKETİMİZİN BÜYÜMESİNE KATKI YAPIYOR'

Anıl Rasih Gülcen kampanyaların şirkete ve sektöre etkisi konusunda şu değerlendirmeyi yaptı: "Kampanyaların hem şirket karlılığına hem de dağıtım kanalımızın karlılığına bir katkı sağlaması gerekiyor. Özellikle Acentelerimizin daha çok üretim yaparak daha çok kazanmasını sağlamalıyız. Kampanyalarda, mevcut üretime asla ödül vermiyoruz, performansın üzerinde olmasını şart olarak belirliyoruz. Bizim için her zaman ana hedef, mevcut olanın üzerine çıkmaktır. Aynı zamanda acentelerimizi kampanyalarımızla bugüne kadar yapamadıklarını yapmaya zorluyoruz. Bizim acentelerimiz Türkiye'de özellikle motor branşında satış yapıyor, biz onları diğer ürünleri satmaya teşvik ediyoruz. Böylece müşteri başına penetrasyon artıyor. Acentelerimizin müşteri başına ürün satışını artırmaya çalışıyoruz. Katkımız bu anlamda iki taraflı. Örneğin geçen yıl, bu sayede daha önce hiç yapamadığımız bir şeyi başardık; 15 bin tane yeni ferdi kaza sigortası sattık. Bunun tamamını da acente kanalından sattık."

Dubai Starr Sigorta acenteleriyle Abant'ta buluştu

Dubai Starr Sigorta acenteleriyle "Büyük Adımlar Programı" adı altında düzenlediği toplantı için Büyük Abant Oteli'nde bir araya geldi.

BOLU / Abant'ta 1 - 3 Nisan tarihlerinde bir araya gelen Dubai Starr Sigorta, Büyük Abant Oteli'nde "Büyük Adımlar Programı" ile projelerini acenteleriyle paylaştı.

Yaklaşık 35 acentenin katıldığı programda yapılan ilk gün toplantısı Dubai Starr Sigorta Genel Müdürü Göktuğ Gür'ün açılış konuşması ile başladı. Gür, şirketin son bir yılda geldiği noktayı, kârlılıktaki ilerlemeyi, portföy ve organizasyon yapısındaki gelişmeleri özetledi. Dubai Starr Sigorta olarak 2014 yılı içindeki eğitim faaliyetlerine ve yeni uygulamaya başlanacak inşaat kulübüne ilgi çekti. Gür konuşmasında, şirketin bir yıl gibi kısa bir süre içinde gösterdiği atılımda, bağlılıklarını, inançlarını esirgemeyen, bu başarıda önemli payı olan acentelerine ve Dubai Starr çalışanlarına teşekkürlerini iletti.

Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Murat Cem Çağlayan, Gür'ün ana başlıkları ile değindiği konulara daha detaylı bir sunumla devam etti. Dubai Starr Sigorta'nın 2013'te, yüzde 14 büyüdüğünü belirten Çağlayan yenilenmeyen işlerin hacmi dikkate alındığında, gerçek büyümenin 3 katına yakın bir performansla kapatıldığına dikkat çekti. Çağlayan, şirketin 2014'ün ilk 3 ayında ise yüzde 70'e varan bir üretim artışı gerçekleştirmiş olması sebebiyle de tüm acentelerine ve şirket çalışanlarına katkılarından dolayı tebriklerini iletti. Çağlayan 2014 için oto dışındaki paylarını koruyarak büyüyeceklerinin altını çizerek konuşmasını tamamladı. Toplantı sırasında, şirket personeli ve toplantıya katılan acentelerin görüşlerinin çekildiği filmin gösterilmesi büyük ilgi uyandırdı. Amatör bir ruhla hazırlanan çalışmanın ileriki yıllarda yeni versiyonlarının yapılacağının belirtilmesi ise merak uyandırdı.

DUBAI STARR ACENTE KONSEYİ KURULUŞUNUN TEMELLERİ ATILDI

İkinci gün, Dubai Starr Sigorta acenteleriyle, şirketin ileriye dönük stratejileri ve gelişim projeleri üzerine gruplardan oluşturduğu çalışmalar yaptı. Yoğun ilgi ve tempo ile geçen toplantılarda Dubai Starr Sigorta yöneticileri ve acenteleri büyük bir titizlikle çalışmalarını tamamladılar. Her grup kendi içinde bir araya gelerek aksiyonlarını belirledikten sonra sunumlarını tüm katılımcılar ile paylaştılar. Şirket yönetimi bu çalışmalarda alınan kararları en kısa sürede eyleme koymak üzere çalışma başlatacaklarını belirttiler. Verimliliğin üst düzeyde olduğu şirketin bu ilk toplantısında tüm katılımcıların büyük beğenisinin kazanıldığı gözlerden kaçmadı. Bu çalışmaların sonuçlarından bir tanesi de Dubai Starr Sigorta Acente Konseyi'nin kuruluşunun temellerinin atılmasıydı.

Aynı gün öğleden sonra yapılan "Sosyal Medya ile Satış Stratejileri" konulu toplantının konuk konuşmacısı ise Güven Açık'tı. Açık'ın günümüzde sosyal medyanın önemini vurguladığı ve pazarlama stratejilerinde acentelerin özellikle bu konuya da eğilmeleri gerektiğini belirttiği toplantı oldukça verimli geçti. Toplantıların sonunda şirket ve acenteler 2. gün akşamı göl kenarındaki restoranda canlı müzik eşliğinde, geçen yılın yorgunluğunu atarken, bir arada olmanın keyfini çıkarttı. Aynı gün içinde yapılan ve çekişmeli geçen tavla turnuvası şampiyonu Denizli acentesi Fuat Yıldız'a kazanmış olduğu ödülü Hasardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Sedat Özatalay takdim etti. Dubai Starr Sigorta acenteleri ve şirket yetkililerinin bu ilk toplantısı, verimli paylaşımlar ile sona ererken, pek çok projenin gündeme getirilmesi ile de özel bir yeri oldu.



Gür konuşmasında, şirketin bir yıl gibi kısa bir süre içinde gösterdiği atılımı, bağlılık ve inançla destekleyen, bu başarıda önemli payı olan acentelerine ve Dubai Starr çalışanlarına teşekkürlerini iletti.





Dubai Starr Gelişim Akademisi eğitimlerine devam ediyor



Bu yılki ilk eğitim programı, 13-14 Mart tarihleri arasında Işık Üniversitesi Maslak kampüsünde düzenleniyor.

Dubai Starr Sigorta olarak, Işık Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi'nin ortak çalışmasıyla Gelişim Akademisi'nin temellerini geçen yılın son aylarına doğru attıklarını söyleyen Dubai Starr Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Murat Cem Çağlayan, şirket olarak, 2014 yılını eğitimde atılım yılı olarak ilan ettiklerini ifade etti. Çağlayan konuyla ilgili olarak şunları söyledi: "Hem şirket çalışanlarımızın hem de acentelerimizin değişen pazar koşullarına göre kişisel gelişimlerinin düzenli olarak sağlanması kurum olarak en hassasiyet duyduğumuz hususların başında gelmektedir. İş ortaklarımız olarak adlandırdığımız acentelerimize sunduğumuz kaliteli hizmet, sürekli yapmakta olduğumuz teknolojik yatırımların yanında onların satış ve aynı zamanda mesleki becerilerinin gelişimi de sorumluluk duyduğumuz diğer bir alandır." Acentelerinin kişisel gelişimlerini hedefleyen bu yılki ilk eğitim programının 13 -14 Mart tarihleri arasında Işık Üniversitesi Maslak kampüsünde gerçekleştirildiğini dile getiren Çağlayan, "Bu eğitim ile acentelerin, müşterilerinin sigorta ihtiyaçlarını etkin bir şekilde analiz etmeleri, tüm iletişim kanallarıyla profesyonel tutum ve davranış göstermeleri, imaj parametrelerini bilinçli bir şekilde analiz edip başarılı satış görüşmelerini hayata geçirmeleri amaçlanmıştır. 2 gün süren eğitim programlarının ilki Genel Müdürlük acentelerine yönelik olmuş olup büyük bir ilgi görmüştür. Mayıs ayı programı, İstanbul dışı acentelerin eğitimi ile devam edecektir" dedi.

Işık Sigorta acenteleriyle birlikte büyümeyi hedefliyor

Işık Sigorta Genel Müdürü Recep Koçak, İstanbul'un Avrupa yakasında bulunan Işık Sigorta acentelerini ziyaret etti. Koçak, acentelerini geliştirerek onlarla beraber büyüyeceklerini ifade etti.

YOĞUN iş temposundan fırsat buldukça acenteleriyle birlikte olmaya, onları bürolarında ziyaret etmeye çalışan Işık Sigorta Genel Müdürü Recep Koçak, İstanbul'un Avrupa yakasında bulunan Işık Sigorta acentelerini ziyaret etti.

Koçak, sigorta sektörü ve şirket uygulamaları hakkında acentelerle bilgi alışverişinde bulundu. Marmara Bölgesi'nde, özellikle İstanbul'da sigorta bilincinin yüksek olduğunu ifade eden Koçak, şirket olarak İstanbul'un potansiyelinin farkında olduklarına dikkat çekti.

'ACENTELERLE AYNI AİLENİN BİRER PARÇASIYIZ'

Türkiye'nin sanayi, teknoloji ve nüfus gibi birçok konuda ilk sırada yer alan bu ilinde büyümelerinin artarak devam etmesi için acenteleriyle fiyattan, ürün çeşitliliğine kadar çeşitli sorunları beraber değerlendirdiklerini belirten Koçak, acentelerinin her zaman olduğu gibi, aynı ailenin birer parçası olduklarını anımsattığını söyledi.

2013 yılı itibarıyla ülkemizde bulunan toplam araç sayısının yüzde 18'inin, toplam konut sayısının yüzde 20'sinin bulunduğu İstanbul'un sigorta potansiyelinin çok fazla olduğunu söyleyen Koçak, sigortanın kalbinin attığı İstanbul'da her zaman büyüme hedeflerinin bulunduğunu kaydetti.

'KAMPANYALARLA ACENTELERİMİZİ DESTEKLİYORUZ'

Işık Sigorta'nın amacının katılımcı, ulaşılabilir olmak ve acentenin kendini şirketin bir ferdi gibi benimsemesini sağlamak olduğunu dile getiren Koçak, acenteyi partaj numarasından ibaret görmediklerini belirtti. Bu yüzden de başta genel müdür olarak kendisinin acentelerinin büyük çoğunluğunun ofisini bizzat ziyaret ettiğini belirtti.

Bölge müdürleri ve acente temsilcilerinin ise devamlı acentelerin yanında olduğunu ve satış-pazarlama faaliyetlerinde onlarla birlikte hareket ettiğini vurgulayan Genel Müdür Recep Koçak, Işık Sigorta'nın farklı ürünler çıkardığını, düzenlenen kampanya ve ödüllendirmelerle acentelerin moral, motivasyon ve gelirlerinin artırılmaya çalışıldığını söyledi.

Toplam üretimlerinin yaklaşık yüzde 65'inin



acente kanalıyla gerçekleştirildiği bilgisini veren Recep Koçak, şirketin yakaladığı üretim artışında acentelerin önemine bir kez daha vurgu yaparak, acentelerini geliştirerek büyüyeceklerinden bahsetti. Hedefe ulaşmada acentelerin en önemli unsur olduğuna değinen Koçak, yapılan ziyaretlerle yakalanan sinerjinin kısa sürede meyve verdiğini gördüklerini söyledi. Işık Sigorta Genel Müdürü Recep Koçak, temelinde insan olan, insana değer veren yaklaşımların daima başarılı olacağına değinerek sözlerini tamamladı.





Işık Sigorta Genel Müdürü Recep Koçak, Işık Sigorta acenteleriyle fikir alışverişinde bulunarak, İstanbul'da büyüme hedeflerinin her zaman olduğunu söyledi.

Işık Sigorta 2013'te hedeflediği kâra ulaştı

Işık Sigorta Genel Müdürü Recep Koçak, 2013 yılı sonunda 184 milyon lira prim ürettiklerini ifade etti. Üretimlerini yüzde 11 oranında artırdıklarını belirten Koçak, 2013 yılını 19 milyon 580 bin lira kârla kapattıklarını söyledi.

Işık Sigorta'nın 2013 yılında elde ettiği mali sonuçlarını değerlendiren Genel Müdür Recep Koçak, şimdiye kadar doğru bildikleri ve inandıkları şeyleri yapmaya çalıştıklarını belirtti. İstikrar ve güven ilkesiyle hareket ederek sağlıklı, güvenilir ve kârlı bir şirket haline gelmeyi hedefleyerek bunu da başardıklarını kaydeden Koçak, 2013 yılında yüzde 11 büyüme kaydederek 19.5 milyon lira kâr elde ettiklerini açıkladı.

Koçak, "Dengeli ve kârlı portföy yapısı, doğru risk seçimi, etkili hasar kontrolü ve verimlilik esaslı stratejilerimiz sayesinde 2013 yılında portföy dağılımı açısından istediğimiz sonuçlara ulaştık. Bundan sonraki yıllarda branşlar bazında dağılımı motor dışı branşlar lehine daha da artırarak sağlıklı, sürdürülebilir ve sonuçları öngörülebilir büyümeyi gerçekleştirmek hedefindeyiz" dedi.

Şirket üretiminde kasko branşı üretim artışının bir önceki yıl ile karşılaştırıldığında yüzde 24, trafik branşı üretim artışının ise yüzde -7 gerçekleştiğini aktaran Koçak, yangın branşındaki artış oranının yüzde 17 olduğunu söyledi.

2012 yılında 5.03 milyon lira olan teknik kârın, 2013 yılında 19.5 milyon liralık kâra dönüştüğünü ifade eden Koçak, sektördeki rekabet nedeniyle sigorta şirketlerinin teknik kârlılığı yakalamasının ve korumasının çok zorlaştığını, ancak Işık Sigorta'nın yıllardır bunu gerçekleştiren ve başaran şirketlerden biri olduğunu ifade etti.





NERMİN YILDIRIM



DOMİNİKLİLER YOKSUL AMA MUTLU

Sigortacı Dominik'te

Sigortacı her yerde bu ay, Dominik Cumhuriyeti'nden tropik selamlar getirdi. Dominikliler ile hayat, ekonomi ve sigorta hakkında konuştuk.

Sokakta özgürsünüz

Mesleğiniz ne?

Biraz karışık, ama serbest meslek diyebiliriz.

Yani tam olarak ne iş yapıyorsunuz?

Arabalar için müzik sistemi satıyorum.

İşler nasıl gidiyor?

Fena değil.

Dominik ekonomisi pek iyi durumda değil diyorlar, sizce de öyle mi?

Aslında her yerde olduğu gibi diyebilirim. Yani pek de iyi gittiği söylenemez. İşsizlik artıyor, yoksulluk artıyor. Zenginlerle yoksullar arasındaki fark hızla açılıyor.

Peki sizce Dominik'in en güzel yanı nedir?

Burada sokakta kendinizi özgür hissedersiniz. Dominik'in en güzel yanı bu.

Bu özgür ülkede sigortaya ihtiyaç duyuyor musunuz?

Tabii ihtiyaç duyuyorum. Araba ve sağlık sigortam var.

Burada sigorta ürünleri pahalı diyorlar, sizinki de öyle mi?

Ben en ucuzunu seçtim.

Ayıptır sorması ne kadardı?

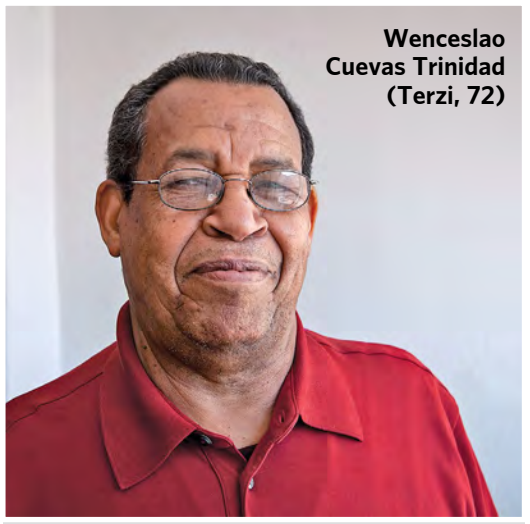
Araba için 2500 Dominik pesosu ödüyorum. 50 euro filan yapıyor sanırım.

Sigortacılarla aranız nasıl peki?

Gayet iyi. Şirketime güveniyorum.



Adalberto Cuevas (41, Müzik sistemi satıcısı)



Wenceslao Cuevas Trinidad (Terzi, 72)

Özel sigorta zengin işi

Dominikliler hep böyle yaşlarından genç mi görünüyor?

Genlerimiz iyi.

Hayatınızdan memnun musunuz burada?

Dominik öyle çok gelişmiş bir ülke değil ama mutlu bir yer. Ülkemizi seviyoruz, halimizden memnunuz.

Ekonomi ne alemde?

Çok parlak sayılmaz ama hiçbir yerde parlak değil zaten. Az parayla geçinmek mümkün. Hayattan çok şey istemezsen çok mutsuz da olmazsın.

Çok şey istemesek de elimizdekileri güvence altına alalım desek mesela, özel sigorta yaygın mı burada?

Çok yaygın sayılmaz. Son yedi yıldır devletin sosyal güvenlik sistemi daha iyi işliyor neyse ki. İnsanlar özel sigortaya daha çok zengin işi gözüyle bakıyor. Durumu iyi olanlar sahip oldukları şeyleri sigortalatıyorlar tabii. Ama olmayanların zaten ya sigortalatacak bir şeyi yok ya da sigortalatmaya yetecek parası yok.

Her şey iyi ama ekonomi kötü



Claudia Medina Ferreras (Ev kadını, 60)

Dominik'in en güzel yanı nedir?

Her şeyi güzel!

Tamam ama sizin favorinizi soruyorum.

Plajlar ve yemekler diyeyim o zaman.

Ekonomi de o her şeye dahil mi bu arada?

Yok o dahil değil. Hayat pahalı, ekonomi de kötü açıkçası. İşsizlik sorunu gittikçe büyüyor.

Özel sigortalar hakkında ne düşünüyorsunuz?

Çok bir şey bilmiyorum bu konuda. Özel sigortalar zenginler için. Halkın büyük kısmı devletin verdiği imkanlarla idare etmeye çalışıyor.

Tatilcinin seyir defteri

Ne görelim: Tropikal iklimin ışıldattığı müthiş sahillerini.

Ne yiyelim: Peynir, bacon ve yeşil muzla hazırlanan "mangu".

Ne içelim: Rom.

Dominik'te orta sınıf kalmadı

Neler yetiştiriyorsunuz?

Kahve, avokado, muz ve mango yetiştiriyorum.

İşlerin bereketi yerinde mi?

İyi gidiyor iyi. Topraklarımız bereketli. Bizler de çok çalışıyoruz. Memnunuz yani.

Tarımın dışında Dominik ekonomisi ne alemde peki?

Çok iyi diyemem. Halkın yüzde 90'ı yoksul. Yüzde 10'u da aşırı zengin. Orta sınıf kalmadı burada. Zenginlerle yoksullar arasındaki uçurum çok açıldı.

Sigortanız var mı?

Yok.

Neden?

Ben tarlada çalışıyorum, köyde yaşıyorum. Sigorta şirketleri ise hep şehirde. Sigortacılar bizim oralara pek gelmiyorlar. Ben de onların ayağına şehre gidemeyeceğime göre...



Juan Felix Perez (Çiftçi, 72)

Sompo Japan Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Uğur Özer:

Sompo'nun hasar sürecinden acente de memnun müşteri de

Hasarın ihbarından ödenmesine kadar tüm süreçlerde sigortalının olumlu hasar deneyimi yaşaması gerektiğini ifade eden Uğur Özer, Sompo Japan Sigorta olarak tüm süreçlerini buna göre kurguladıklarını ve hem müşterilerden hem de acentelerden olumlu geri bildirimler aldıklarını söyledi.

GEÇEN yıl dalgalanan ve yıl sonunda artış gösteren döviz kurları hasar maliyetlerini yükseltti. Bu sebeple hasar süreçlerinin müşteri memnuniyetini olumsuz etkilemeden yönetilmesi büyük önem taşıyor. Zira, kamuoyunda maliyet artışının müşteri memnuniyetini olumsuz etkileyeceği yönünde bir algı var. Sompo Japan Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Uğur Özer de, hasar yönetiminde müşteri memnuniyetini doğrudan etkileyen faktörlerle ilgili düşüncelerini aktararak, hasar süreçleri hakkında görüşlerini bildirdi.

Hasar sürecinde müşteri memnuniyetini etkileyen faktörlerin geçmiştekine göre daha kompleks hale geldiğine dikkat çeken Özer, eskiden müşterinin sadece hasarını hızlı almasının yeterli olduğunu, ancak bugün müşteri memnuniyetini sadece bu parametreyle açıklamanın mümkün olmadığını ifade etti. Özer, "Özellikle oto sigortalarında, iyi bir anlaşmalı servis ağına sahip olmak önemli bir faktör. Biz de Sompo Japan Sigorta olarak sektördeki en yaygın ve geniş anlaşmalı servis ağlarından birine sahibiz. Hasar sürecinde alınan yardım hizmetlerinin kalitesi de müşteri memnuniyetini doğrudan etkiliyor. Ayrıca, yeni kuşak sigortalılar şirketle iletişimlerini mobil uygulamalar gibi yeni teknolojilerle kurmak isterken, taşrada sigortalı hasar takibini acentesinden beklemeye devam ediyor" dedi.

"Sompo Japan olarak, hasarın ihbarından, ödenmesine ve varsa bir şikayetin sonlanmasına kadar tüm süreçlerde sigortalının olumlu bir hasar deneyimi yaşaması gerektiğini düşünerek, tüm süreçlerimizi buna göre kurguluyoruz" diyen Özer, müşteri şikayetlerine göre müşterilerin beklentilerine karşılık verdiklerini de vurguladı. Haklı müşterilerin tekrar kazandırılması için anket aramaları dahil memnuniyet sağlanana kadar süreci takip ettiklerine dikkat çeken Özer, konuyla ilgili sözlerini şu şekilde sürdürdü: "Hasar yönetiminde hizmet kalitemizi yükseltmek, dolayısıyla müşteri memnuniyetini artırmak için çalışanlarımızın eğitimine ve konularında uzmanlaşmasına çok önem veriyoruz."

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE HASAR MALİYETİ DENGESİ

Müşteri memnuniyetiyle hasar maliyetleri arasında ters orantılı bir ilişki olmadığını belirten Özer, diğer taraftan müşteri memnuniyetini sağlarken, bir taraftan da bunu optimum bir maliyetle gerçekleştirmenin sigorta şirketlerinin ana fonksiyonlarından biri olduğunu ifade etti. Özer, sözlerine şu şekilde devam etti: "Her süreçte müşteri talepleri dikkate alınmakta, müşteri memnuniyeti için gerekirse inisiyatif kullanılmakta, durum farklıysa sigortalıya tatmin edici açıklama yapılmaktadır. Bu konuda etkin ve objektif kurallara göre çalışan müşteri ilişkileri biriminin de önemli katkısı olmaktadır. Müşteriden ulaşan bilgi, talep ve şikâyet akışları, müşteri sözcüsü gibi takip edilerek ve tatmin edici gerekçeler alınarak sigortalıya iletilmekte veya hatalı bir uygulama varsa düzeltilmesi sağlanmaktadır."

Temel olarak hasar yönetiminde ürünleri arasında farklılık gözetmediklerini belirten Özer,



Uğur Özer, "Yenilenen hasar yazılımlarımız hem servis sürelerinin iyileştirilmesi, hem de müşteri dostu mobil veya internet uygulamalarıyla müşteri memnuniyetini ve acente memnuniyetini artıracak. Müşterilerimize uygun fiyat ve koşullarda ürünler sunmaya devam edeceğiz" dedi.

amaçlarının hangi ürün olursa olsun tüm müşterilere aynı kalite ve standartta hasar hizmeti sunmak olduğunu söyledi. Kasko ürünlerinde servis veya parça daraltması yapmaksızın, sigortalıları tamamen serbest bırakarak ve bunun için sigortalılara artı bir prim tahakkuk ettirmeden hizmet verdiklerini ifade eden Özer, "Kasko müşterilerimiz Türkiye çapında yetkili servisler de dahil kısıt olmaksızın aracının onarımını dilediği yerde yaptırabiliyor. Ayrıca parça konusunda da bir daraltma yapmadığımız için, kasko ürünlerimizde istisnasız olarak orijinal parçalar kullanıyoruz" şeklinde konuştu.

'MÜŞTERİ VE ACENTE MEMNUNİYETİMİZ ARTACAK'

2014 yılında yeni bir hasar yazılımına geçtiklerini dile getiren Özer, "Pilot uygulamaya aldığımız yeni hasar yazılımımızla, tam anlamıyla bir süreç yönetimi anlayışına geçilecektir. Böylelikle müşteriye dokunan tüm süreçlerin ölçümlenmesi ve varsa aksayan yönlerin iyileştirilebilmesi hızlı bir şekilde mümkün olabilecektir. Birçok alanda iş süreçlerinde iyileşme sağlayacak yeni yazılımla, otomatik iş akışları, gerçek zamanlı performans takipleri, elektronik dosya yönetimi ve bunun gibi birçok yeni uygulamayla operasyonel verimliliğimizi önemli bir oranda artırıyor olacağız" dedi.

Bu durumun hem operasyonel maliyetlere hem de dosya maliyetlerine olumlu olarak yansıyacağını belirten Özer, rekabetçiliklerinin artacağını, müşterilerine uygun fiyat ve koşullarda ürünler sunmaya devam edebileceklerini de vurguladı. Özer, "Nihayetinde hem servis sürelerinin iyileştirilmesi, hem de müşteri dostu mobil veya internet uygulamalarıyla müşteri memnuniyetinin ve acente memnuniyetinin de artırılmasında yeni hasar yazılımımız önemli bir destek sağlayacaktır" dedi.

Sektörde hasar fonksiyonu yönetimindeki başarının sigorta şirketlerini rakiplerinden ayıran ve rekabet gücünün seviyesini belirleyen özel bir konuma sahip olduğunu söyleyen Özer, sözlerini şu şekilde tamamladı: "Özellikle değişen müşteri ihtiyaçları, yeni ortaya çıkan riskler ve devrim niteliğindeki teknolojik gelişmeler sigorta şirketlerinin geçmiş hasar uygulamalarının artık yetersiz olduğunu göstermekte. Bu itibarla vizyonumuz son teknoloji ile donatılmış yüksek performans sergileyen iş gücünden oluşan yeni bir çalışma modelidir. Sompo Japan olarak teknoloji ve insan kaynağına artan oranda yatırım yaparak sektördeki farklı konumumuzu daha da güçlendireceğiz."

SOMPO JAPAN'DAN HASAR AVANTAJLARI

- Sompo Japan Sigorta hasar süreçleriyle ilgili performans kriterleri belirleyip, varsa buralardaki aksamaları tespit edip giderilmesini sağlıyor.
- Müşteri şikayetlerinden müşterinin beklentilerini anlıyor ve haklı müşterilerin tekrar kazandırılması için anket aramaları da dahil memnuniyet sağlanana kadar hasar sürecini takip ediyor.
- Hasar yönetiminde hizmet kalitesini yükseltmek ve dolayısıyla müşteri memnuniyetini artırmak için çalışanlarının eğitimine ve konularında uzmanlaşmasına çok önem veriyor.
- Sompo Japan'in tüm kasko ürünlerinde bulunan "Avantajlı Hasarsızlık Koruma Teminatı" ile kasko ürünlerinde ilave bir prim tahakkuk ettirilmeksizin, hasarın ekspres hasar onarım servislerinden birinde yaptırılması halinde, sigortalının hasarsızlık indirimi bir üst seviyeye çıkarılıyor.
- Sigortalının mağduriyetinin giderilme hızı çok büyük önem taşıyor. Konut ürünlerinde özellikle küçük çaplı dahili su hasarlarında sigortalılarının zararlarını mümkünse aynı gün içerisinde gideriyor.
- 2014 yılında yeni bir hasar yazılımına geçiyor. Dolayısı ile teknoloji ve insan kaynağına artan oranda yatırım yapan Sompo Japan sektördeki farklı konumunu daha da güçlendirmeyi hedefliyor.
- Sompo'nun yeni hasar yazılımıyla hem servis süreleri iyileştirilecek hem de müşteri dostu mobil veya internet uygulamalarıyla müşteri ve acente memnuniyeti artırılacak.



HEM MÜŞTERİLERİNİZİ GÜLÜMSETİN, HEM DE ŞİRKETİNİZE YENİ İŞ FIRSATLARI YARATIN!

ACE, Türkiye'de bir ilki gerçekleştirerek, özel diş sağlığı sigortasını başlatıyor. Bankacılık ve finansal hizmetler alanlarında faaliyet gösteren firmalar ya da bu sektörlere hizmet veren sigorta aracıları, brokerlar, sizi ACE ile işbirliği fırsatına davet ediyoruz. ACE ile bugün irtibata geçip, müşterilerinizin sağlıkla gülümsemelerine yardımcı olun.

Türk tüketicilerin **%86'sı** diş sigortası almayı düşünüyor*

*ACE'in Eylül 2013'te Türkiye'de 2,003 tüketici ile yaptığı araştırma sonucu.

ACE ile iletişim için
dentalturkey@acegroup.com

ACE sigortalar™

©2014 ACE Group. Bir ya da birden fazla ACE Grup Şirketi tarafından verilen teminatlar. Verilen teminatların tümü her ülkede sağlanamayabilir. ACE®, ACE logo® ve ACE sigortalar, ACE Limited'in ticari markalarıdır.

HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu:

Tüm dağıtım kanallarımız kârlı projelere odaklandı

2013'te oto dışı branşlarda yüzde 58 büyüdüklerini belirten Ceyhan Hancıoğlu, HDI Sigorta olarak bu yıl da özellikle acenteler başta olmak üzere tüm dağıtım kanallarını portföy dengesini gözetici ve kârlılık odaklı projelerle yönetme kararında olduklarını ifade etti.



HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu, 2014 planlarıyla ilgili yaptığı açıklamada şirketin 2013 performansını da değerlendirdi. 2013 yılını hedeflerinin üzerinde bitirdiklerini söyleyen Hancıoğlu, 422 milyon lira civarında bir üretim hedeflediklerini ve yılı 475 milyon lira civarında üretimle kapattıklarını söyledi. Bu başarılı sonuca nasıl ulaştıklarını Hancıoğlu şu sözlerle açıkladı:

"Kendimize birkaç ana kalemde hedefler belirledik. Bunlardan bir tanesi portföyün dönüşümüydü. Oto ve oto dışı dağılımımızı daha dengeli hale getirmek için portföy dengesiyle alakalı ciddi bir aksiyon almıştık. Buradaki hedefimiz oto branşında yüzde 60, oto dışı branşta da yüzde 40 üretim payıydı. Hedefimiz, oto branşında bir puan daha düşük, yani yüzde 59 olarak gerçekleşti. Böylelikle ana hedefimizi birebir gerçekleştirdik diyebiliriz."

Geçen yılın ve aldıkları başarılı sonuçların ardından 2014 yılı için de önlerine iddialı bir hedef koyduklarını söyleyen Ceyhan Hancıoğlu, bu sene de tüm dağıtım kanallarını portföy dengesini gözetici ve kârlılık odaklı projelerle yönetme kararında olduklarını ifade etti.

'IN' VE 'OUT' BRANŞLAR

Portföy dengesinin kendileri için çok önemli olduğunu vurgulayan HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu konuyu şu çarpıcı örnekle açıkladı: "2012 yılına göre kıyaslarsak bizim toplam üretimimiz yüzde 19 civarında arttı. Ama oto ve oto dışı branşta artış dağılımı yaptığınızda çok çarpıcı bir örnek görüyorsunuz. Oto branşında sadece yüzde 1 büyüdük. Diğer taraftan da bizi toplamda yüzde 19 büyümeye götüren, oto dışı branşta da yüzde 58 büyüdük. Başka bir deyişle portföyümüzü, kârlı olmasını beklediğimiz branşlara kaydırarak dengeli hale getirdik."

2014 yılında özellikle konut sigortalarında ve KOBİ sigortalarında daha agresif olacaklarını ifade eden Hancıoğlu, ayrıca sorumluluk alanında, kişisel sorumluluk sigortalarında ön plana çıkacaklarını söyledi. Hancıoğlu, ferdi kaza sigortalarının da her zaman dikkatlerini çeken bir branş olduğunun altını çizdi ve ellerinden geldiği kadar bu branşta da büyüyeceklerini söyledi.

TÜRKİYE'DE SİGORTA SEKTÖRÜNÜ NELER BEKLİYOR?

Parçası oldukları Alman Talanx Grubu'nun Türkiye'yi çekirdek pazar olarak gördüğünü ifade eden Ceyhan Hancıoğlu, sigorta sektörünün büyüme potansiyeli doğrultusunda, yabancı yatırımcının sektöre olan ilgisinin devam ettiğini gözlemlediğini söyledi. Bu ilginin devam edeceğini düşündüğünü kaydeden Hancıoğlu, "Sektörde konsolidasyon beklentisinden söz edebiliriz. Hatta ben bunun sektöre kârlılık katabileceğini düşünüyorum" dedi.

"Sektör olarak, enflasyon artı reel büyümenin üzerinde büyüyerek, geçtiğimiz yıllara oranla teknik sonuçların oldukça iyi seyrettiği bir yılı kapattık" diyen Hancıoğlu, bu iyileşmede esas belirleyici etkenin motor branşındaki sonuçların iyileşmesi olduğunu söyledi. Hancıoğlu, 2014 yılında ise sektör büyümesinin en iyi sonuçlarla, reel ekonomik büyüme artı enflasyon seviyesinde olacağını düşündüğünü belirtti.

Fiyat rekabeti firmalara kısa vadede pazar payı artışı getirse de aslında uzun vadede hem bunu yapan şirketin zarar ettiğini hem de bu kıyasıya rekabetlerin sektöre zarar verdiğini ifade eden Hancıoğlu, rekabetin iki yönlü olarak hem sigorta şirketlerinin kârını hem de acentelerin komisyon gelirini azalttığına dikkat çekti. Hancıoğlu konuyla ilgili sözlerine şöyle devam etti:

"Fiyat rekabeti, yıkıcı etki yaparak tüm sektör oyuncularını etkilemektedir. Bu nedenle fiyatlama rekabetinin önlenmesi konusunda hem sigorta şirketlerine hem de acentelere önemli görevler düşmektedir. Bu sektörü oluşturan bütün taraflar, ölçüsüz fiyat rekabetinden ziyade sigortalısına rasyonel fiyatlamayla en uygun ürünü sunarken, rekabeti hizmette yapmanın yolunu aramalıdır. Geçtiğimiz sene gördük ki sigorta şirketleri ürün ve hizmet çeşitlendirme konusuna daha fazla eğilmeye başladılar."

YENİ DÜZENLEMELERİN GETİRDİKLERİ

2013'ün son aylarında ve 2014 süresince yürürlüğe giren yasal düzenlemelerle ilgili de düşüncelerini ifade eden Ceyhan Hancıoğlu, bina tamamlama sigortası gibi yeni branşların gündeme geldiğini söyledi. Resmi Gazete'de yayımlanan 6502 No'lu Tüketicinin Korunması Kanunu'ndaki bina tamamlama sigortasına göre yapı şirketleri, satışlara başlamadan önce projelerini tamamlanmama ihtimaline karşı sigortalayacak. Bina tamamlama sigortasının kapsamı ve şartları Hazine Müsteşarlığı tarafından belirlenecek.

Hancıoğlu ayrıca, özellikle 2013 yılında trafik branşında yapılan düzenlemelerin, bu branştaki üretimin kârlılığı anlamında sektöre olumlu etkilerinin olacağını düşündüğünü belirtti.

Hancıoğlu, İhtisas Mahkemeleri ile ilgili olarak ise şunları söyledi: "Diğer önemli bir gelişme, sigorta şirketleri ile sigortalılar arasında yargıya intikal etmiş sorunları kısa sürede çözüme kavuşturacak ihtisas mahkemelerinin devreye girmesi. Sigorta şirketleri açısından bakıldığında süreçlerin uzunluğu ve belirsizlik ortamı, şirketlerin daha fazla karşılık ayırmasına neden olarak kârlılığı azaltıcı etki yapıyor. Dolayısıyla davaları daha kısa sürede çözüme kavuşturacak ihtisas mahkemeleri, sigortalıların masraflarının azalmasına ve sektöre olan itibarın artmasına, sigorta şirketlerinin de daha az karşılık ayırmalarına yol açacak."

'ACENTELER BİZİM EN BÜYÜK DAĞITIM KANALIMIZ'

HDI Sigorta'nın dağıtım kanalları stratejisiyle ilgili merak edilen noktalara da açıklık getiren HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu, HDI Sigorta'nın dağıtım kanalları arasında da ilk sırayı acentelerin aldığını belirtti.

Hancıoğlu acentelere bakış açılarını şu şekilde anlattı: "Her zaman söylediğim gibi acenteler bizim en büyük dağıtım kanalımız. Üretimimizin yüzde 63 gibi büyük bir kısmını acente kanalımız sağlıyor. Bizim acentelerimizle bir gönül bağımız var. 16-17 senedir bu şirkette çalışan çok sayıda acentemiz var, rekabetten dolayı birçok firmayla çalışmak zorunda olmasına rağmen hala sadece bizimle çalışan acentelerimiz var. Diğer yandan birçok şirketin acenteliğini yapan çok sayıda acentemiz var, ama bizi gururlandıran bir şey var ki bu acentelerimizin HDI Sigorta'dan bahsederken 'bizim şirket' diye bahsetmeleri. Açıkçası bu söylem bize güç ve moral veriyor.

Bu kanalı daha etkin kullanmak adına hem acentelerimizin satış ve komisyon gelirlerini artıracak hem de şirketimizin kârlılığına katkıda bulunacak projeler üzerinde çalışıyoruz. Zaman zaman acentelerimizle de paylaştığımız şöyle bir durum var; acentelerimizin yazdığı portföy dağılımına baktığınızda oto ağırlıklı olduğunu görüyorsunuz. Portföy yapılarını sadece konuşarak ya da telkinde bulunarak değiştiremeyiz, işte bu yüzden acentelerimizin portföylerini onlarla birlikte daha iyi nasıl yönetebiliriz diye kafa yoruyoruz. Acentelerimizi ürün geliştirmesinden ürünün eğitimine, reklam çalışmasından pazarlamasına kadar birçok silahla donatıyoruz. Acentelerimizi, evimiz dedikleri ve farklı olarak gördükleri bu sigorta şirketinde çok daha donatılmış, sahada ürününü çok kolay satan bir formata getirmemiz gerekiyor."

Ceyhan Hancıoğlu banka kanallarıyla ilgili olarak ise şunları söyledi:

"Bunun dışında şirketin satış kanalları içinde brokerlerin payı yüzde 17 iken bankaların payı ise yüzde 6 seviyesinde" diyen Hancıoğlu, sözlerine şöyle devam etti: "HDI Sigorta ürünlerini satan bankalar, Aktifbank, Alternatifbank, Anadolubank, Finansbank ve Türkiye Finans Katılım Bankası'dır. Yakın bir zamanda yeni anlaşmalar ve projelerle anlaşmalı bankasürans ağımızı genişletmeyi hedefliyoruz."

Sigorta Cini Şaşkınbakkal Mağaza Müdürü Çiğdem Karaca:

'Cin' olmaktan korkmayın

Sigorta Cini'nin sigorta sektörüne dinamizm kazandırdığını ve sektörün büyümesi yönünde önümüzdeki dönemlerde daha büyük katkıları olacağını belirten Karaca, "Değişim gerekiyorsa değişimden kaçmayın, 'Cin' olmaktan korkmayın" dedi.



TÜRKİYE'DE sigorta sektörüne yepyeni bir konsept getiren ve 5 ayda 5 mağaza sayısına ulaşan Sigorta Cini, 5'inci mağazasını İstanbul Bağdat Caddesi Şaşkınbakkal'da açtı. Hedefleri doğrultusunda emin adımlarla ilerlediklerini belirten Şaşkınbakkal Sigorta Cini Mağaza Müdürü Çiğdem Karaca ile Sigorta Cini ailesine nasıl dahil olduğu, bu dağıtım zincirinin avantajları ve acentelerin nasıl daha geniş bir müşteri potansiyeline sahip olabileceği hakkında görüştük.

Kısaca kendinizden bahseder misiniz? Ne zamandan beri sigorta sektöründesiniz?

15 Ekim 1969 İstanbul doğumluyum. 23 yıldır bu sektördeyim. Bir süre profesyonel acente yöneticiliği yaptım. 5 yıl önce de kendi acenteliğimi açtım.

Sigorta Cini'ne katılmaya nasıl karar verdiniz?

Sektörün dinamiklerini yakından takip ettiğim için Sigorta Cini'nden haberim vardı. Bir acente olarak böyle bir oluşuma katılmalı mıyım, bana ne gibi faydaları olur diye düşündüm ve bu konularda daha fazla bilgi almak istedim. Bir vesileyle şirket yetkililerine ulaştım ve Sigorta Cini'nin aslında acentelik deneyimim boyunca yaşamış olduğum operasyonel sıkıntılara çözüm getiren ve mağazalarla acenteliği perakendeleştiren kurumsal bir yapı olduğunu öğrendim. Sonuç olarak ING bünyesinde bulunan Sigorta Cini'ne katılma kararı verdim. Şu anda Sigorta Cini Şaşkınbakkal Mağaza Müdürü olarak, hepsi tecrübeli, genç ve dinamik bir ekibin desteğiyle, yapılan kampanyalarla ve özellikle de bir aile içinde olduğumu hissederek mesleğime güven içinde devam ediyorum.

Müşterilerinizi, Sigorta Cini mağazalarında en çok ne etkiliyor?

İnsanlar Sigorta Cini mağazalarını ilk gördüklerinde önce şaşırıyorlar. Kapıdan içeri girdikten sonra ise mağaza konseptimiz ve ilgiden çok memnun kalıyorlar. Sigorta danışmanlarımız için en büyük öncelik müşteriyi dinlemek ve ihtiyacı tespit etmek. Kahvelerini yudumlarken sigorta ürünleri poliçe teminatlarını karşılaştırma fırsatı bulan müşterilerimiz satın aldıkları sigorta poliçesinin tüm detaylarına hakim olarak ayrılıyor mağazamızdan.

Sigorta Cini mağazalarının sizce sektöre getireceği katkılar nelerdir?

İnsanlar sigorta sahibi olmanın o kadar da ulaşılmaz olmadığını gördü ve yeni konseptten etkilendiler. Sigorta Cini bu kapsamda sektöre de bir dinamizm kazandırmış oldu ve sektörün büyümesi yönünde ileride daha büyük katkıları olacaktır.

Sigorta Cini'ne katılmayı düşünen acentelere önerileriniz var mı?

Özellikle tek başına ve küçük bir portföyle mesleğini sürdürmeye, yaşamaya çalışan, sektördeki fiyat rekabetinden etkilenen, iş kaybına uğrayan, operasyon yükünden ötürü ya da rekabet edemediği için yeni üretim yapmakta zorluk çeken, bu nedenlerle benim gibi arayışta olan acentelerin Sigorta Cini bünyesine katılmalarını kesinlikle tavsiye ediyorum. Sigorta Cini, bünyesine katılan acenteleri her açıdan destekliyor; operasyonel, pazarlama, reklam ve tanıtım imkanları sağlayarak tüm bu fonksiyonları acenteler için kolaylaştırıyor.

Eklemek istedikleriniz...

Değişim gerekiyorsa değişimden kaçmayın. 'Cin' olmaktan korkmayın.

Okan Utkueri Guy Carpenter'da



Marsh & McLennan Şirketler Grubu üyesi ve risk ile reasürans aracılık hizmetleri alanında global bir lider olan Guy Carpenter, Okan Utkueri'nin Türkiye'de gerçekleşmesi planlanan faaliyetlerinin başına Genel Müdür olarak tayin edildiğini duyurdu. Utkueri, İstanbul'dan ve firmanın bölgedeki tüm faaliyetlerinden sorumlu olacak. Utkueri, Kıta Avrupası, Orta Doğu ve Kuzey Afrika Bölgesi'nden Sorumlu Genel Müdür Massimo Reina'ya bağlı olarak çalışacak. Guy Carpenter'dan önce, 7 yılı aşkın bir süre Eureko Sigorta'nın CEO'su olarak görev yaptı.

Sigortacılık yangın-mühendislik sigortaları branşı 2. yarıyıl dönemi devam ediyor



AIG Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Sema Bulutlu'nun verdiği Yangın Sigortaları dersiyle İstanbul Ticaret Üniversitesi / TSEV işbirliği ile organize edilmiş olan sigortacılık yangın-mühendislik sigortaları branşı 2. yarıyıl dönemi devam ediyor. Sigortacılık Kanunu, TTK, Genel Şartlar, uygulamada yaşanan sıkıntılar gibi birçok alanda eğitim alan öğrenciler, geleceğe hazırlanıyorlar. TSB ve Milli Re tarafından, eşit paylarla kurulan Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı, Türk sigorta sektörünün ilk ve tek uluslararası eğitim ve araştırma merkezi. Sektörün istihdamının niteliğinin artırılmasını amaçlayan TSEV, ihtiyaç duyulan konularda eğitim programları düzenleyerek sigorta sektörü kurumları ve ilgili diğer kurumlarla paylaşıyor. Sektör kurumlarındaki personelin terfi ettirilmesi için yapılacak sınavları düzenliyor ve kurumlara ihtiyaç duydukları konularda danışmanlık hizmetleri sunuyor. Sektöre iş gücü yetiştiren üniversitelerle de işbirliği yaparak, sigortacılık eğitiminin niteliğinin artırılmasını desteklerken, akademisyenleri eğitim programlarına ücretsiz kabul ediyor. Üniversitelere ücretsiz sigortacılık seminerleri düzenliyor ve araştırmaları destekleyerek sigorta konusundaki araştırmaların sayısının artırılmasını sağlıyor.

BNP Paribas Cardif Emeklilik Acente Direktörü Cenker Tokkuzun

BNP Paribas Cardif Emeklilik Bankasürans Kanalı Ege Bölge Müdürü olan Cenker Tokkuzun, BNP Paribas Cardif Emeklilik Acenteler Direktörlüğü görevine atandı. BNP Paribas Cardif Emeklilik, 80'e yakın profesyonel acenteden oluşan ağı ile Türkiye genelinde müşterilerine Bireysel Emeklilik ve Hayat Sigortası ürünleri sunuyor.Tokkuzun, kariyerine Commercial Union Hayat Sigorta'da başladı. Daha sonra Başak Hayat Sigorta'da Müdür Yardımcısı olarak görev yapan Tokkuzun, kariyerine Groupama Emeklilik Çukurova Bölge Müdürü olarak devam etti. 2009'da BNP Paribas Cardif Emeklilik'e katılan Tokkuzun, sırasıyla Çukurova Bölge Müdürlüğü ve Ege Bölge Müdürlüğü görevlerini üstlendi.

Euro Sigorta'nın yeni adı Ege Sigorta



Sigortacılık sektöründe 1995 yılından bugüne kadar hizmet vermekte olan Euro Sigorta, 2014 yılına yeniliklerle girerken, adını Ege Sigorta olarak değiştirdi. Ege Sigorta'nın atılımlarında önemli pay sahibi olan şirketin Genel Müdürü A. Kadir Şimşek konuyla ilgili, "Yeniliklerimiz ve atılımlarımız artarak devam edecek. Hem 1100 acentemiz hem de bize güven duyan müşterilerimiz Ege Sigortalı olmanın farkını her zaman yaşayacaklar" dedi. Özellikle Anadolu'da elde ettikleri başarının altını çizen Kadir Şimşek konuyla ilgili şunları söyledi: "Ege Sigorta olarak, Anadolu'da başarılı çalışmalarla sigortacılığın daha geniş bir kesime yayılmasına, sigorta ile güvence altına giren vatandaşlarımızın sayısının artmasına da önemli katkılarda bulunduk."

2015 yılında küresel üretim yüzde 3.9 oranında artacak

IMF'nin dünya ekonomisini inceleyen son raporuna göre, dünya ekonomisi daha güçlü bir şekilde iyileşmeye devam edecek. Küresel üretimin bu yıl yüzde 3.6 oranında artması, önümüzdeki yıl ise bu oranın 3.9'a çıkması bekleniyor. Gelişmekte olan ülkelerin ise bu yıl ortalama yüzde 4.9 civarında büyüyeceği öngörülüyor.

IMF, dünya ekonomisini incelediği son raporunu yayınladı. Rapora göre, daha zengin ulusların üretimi hızlandıkça, dünya ekonomisinin de daha güçlü bir şekilde iyileşmeye devam edeceği öngörülüyor. Buna karşın, gelişmekte olan ülkeleri tehdit eden risklerde de artış bekleniyor. IMF, dünyadaki üretim kapasitesinin artırılması için daha iyi yöntemler uygulanması ve ağır ilerleyen bir büyümeden kaçınılması gerektiğine dikkat çekiyor.

Küresel üretimin bu yıl yüzde 3.6 oranında artması, önümüzdeki yıl ise bu oranın 3.9'a çıkması bekleniyor. Ancak bu oranlar, ülkeler bazında bakıldığında beklenen artış oranları arasındaki derin uçurumu maskeliyor. Kemer sıkma politikalarının giderek azalması sonucunda ABD ve Avrupa'da büyümenin önünün açılacağı ifade edilen raporda, gelişmekte olan ülkelerin ise daha kötü ekonomik koşullar sebebiyle birkaç ay daha beklenenin altında büyüyeceği belirtiliyor.

FED 2015'İN ÜÇÜNCÜ ÇEYREĞİNE KADAR FAİZ YÜKSELTMEYECEK

Gelişmiş ülkelerin, 2008 yılında başlayarak tüm dünyayı etkileyen ekonomik durgunluğun etkilerinden daha hızlı bir şekilde kurtulmaya başlaması olumlu bir gelişme de olsa, büyüme dünyanın tüm noktalarında eşit bir hızda gerçekleşmiyor. IMF'ye göre, ekonomiye duyulan güvenin tekrar sağlanması, hızlı bir büyümenin garantilenmesi ve oluşabilecek risklerin minimuma indirilebilmesi için tüm dünyada daha fazla çaba harcanması gerekiyor.

ABD'nin bütçe kısıntılarının hafiflemesi, emlak piyasasının iyileşmesi ve daha basit bir mali politikanın izlenmesi sonucunda, bu yıl 2.8 oranında büyüyerek hep izlediği trendin üzerine çıkacağı düşünülüyor. Ayrıca, Amerikan Merkez Bankası'nın (FED), önümüzdeki yılın üçüncü çeyreğine kadar faiz oranlarını artırması beklenmiyor.

EURO BÖLGESİNDE DEFLASYON RİSKİ VAR

Raporda, Euro Bölgesi'ndeki ülkeler her ne kadar finansal olarak bölünmekten mustarip de olsa, bu ülkelerin kemer sıkma politikalarını giderek azaltması sonucunda bu ülkelerdeki ekonomik faaliyetlerin de hızlanacağına değiniliyor. Euro Bölgesi'nde görülebilecek hafif bir enflasyona da dikkat çeken rapor, bölgede büyümeyi baltalayacak bir deflasyon olmasına yüzde 20 civarında olasılık veriyor. Devam eden düşük enflasyonun, ekonomik büyümenin iyileşmesi açısından yardımcı olmayacağını vurgulayan IMF, Avrupa Merkez Bankası'nı para politikalarını yumuşatmaya çağırıyor.

Japonya içinse deflasyon, eskiden olduğu kadar ciddi bir tehdit oluşturmuyor. Bundaki başlıca sebepse tüketici vergisindeki önceden planlanan artışın zaten fiyatları yükseltmesi, böylece fiyatların vergiyle desteklenmesi olarak görülüyor. Ancak raporda, bu vergi artışının Japonya'nın büyümesini engelleyeceği ve dünyanın bu en büyük üçüncü ekonomisinin bu yıl durgunluğa girme ihtimalinin yüzde 20 olduğu ifade ediliyor.

IMF'nin yayınladığı raporda Rusya, Türkiye, Brezilya ve Güney Afrika gibi en büyük orta gelirli ülkelerin ekonomilerine dair tahminler de bulunuyor. Gelişmekte olan tüm ülkelerin bu yıl ortalama yüzde 4.9 civarında büyümesi bekleniyor. Bu ülkelerin hassas noktaları çoğunlukla kendilerine özgü olsa da, gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinde görülebilecek bir yavaşlama, hepsi için ortak bir risk olmaya devam ediyor.

UKRAYNA'DAKİ GELİŞMELER EKONOMİYİ TEHDİT EDİYOR

Ayrıca, Rusya ve diğer Batı ülkelerinin Ukrayna sebebiyle yaşadığı anlaşmazlığın, eski Sovyet ülkelerindeki büyümenin yavaşlamasına sebep olabileceği düşünülüyor. Önemli bir hammadde üreticisi olan ve Avrupa'ya doğalgaz ihraç eden en önemli ülkelerden biri olan Rusya'nın, Ukrayna'nın Kırım bölgesini topraklarına katması sonucunda AB ve ABD'nin yaptırımlarına maruz kalması bu anlaşmazlığın temelini oluşturuyor. IMF, tüm bunların neticesinde doğalgaz ve ham petrol ticaretinde yaşanabilecek aksaklıklar konusunda uyarılarda bulunuyor.

IMF'DEN EKONOMİK DURGUNLUK UYARISI

IMF'nin raporu, doğru politikalar izlenmediği sürece dünyada, özellikle de Euro Bölgesi ve Japonya'da yaşanabilecek bir durgunluk periyodunun tablosunu çiziyor. Gelişmiş ekonomilerde büyüme oranı düşüklüğünü koruyor. Çin gibi ülkelerin ekonomilerinin yatırımdan tüketime doğru yeniden şekillenmesi sonucunda gelişmekte olan ülkelerde de büyümenin azalması bekleniyor.

Raporda büyüme potansiyelinin artırılması için daha hırslı yöntemler kullanılması gerektiği vurgulanıyor.

TÜRKİYE 2014 YILINDA YÜZDE 3.7 BÜYÜYECEK

Türkiye'ye de değinilen raporda, 2013'te ülkenin büyümesinin yüzde 3.2 oranında arttığı ifade ediliyor. 2014'teyse, ihracatın artması ve sermaye akışının iyileşmesine bağlı olarak bu oranın 3.7 oranında olacağına dair tahminde bulunuluyor. Yıllık enflasyon oranı gelişmekte olan Avrupa ekonomilerinin çoğunda makul seviyelerde kalması beklenirken, Türkiye'de bu oranın biraz artacağı düşünülüyor. Yapılan harcamaların, devletin 2012-2014 orta vadeli programıyla uyumlu olacağı öngörülüyor; ancak IMF, 2011'de başlatılan projeler göz önüne alındığında sermaye harcamalarının artacağını belirtiyor.



RENK ÖZCAN renk@sigortacigazetesi.com.tr



2013 yılında görülen doğal afetler, Asya'da 21 bine yakın can aldı. Bu rakamın 7 binden fazlası, özellikle Filipinler'de etkili olan Haiyan tayfunu sonucunda gerçekleşti. Tayfunun sigorta sektörüne maliyeti ise 1.5 milyar dolar oldu.

Swiss Re, 2013 yılındaki doğal afetleri ve insan kaynaklı felaketleri inceledi:

Sigorta kapsamı dışındaki afet hasarları giderek artıyor

Sigma Raporu'nda verilen tahmini rakamlara göre, 2013 yılında görülen doğal afetlerin ve insan kaynaklı felaketlerin yarattığı hasarın sadece üçte birini sigorta sektörü karşıladı. Rapordaki verilere göre, son 30 yılda sigorta kapsamı dışında kalan afet hasarlarında global ölçekte ciddi bir artış olduğu görülüyor.

Swiss Re, yeni Sigma Raporu'nda 2013 yılında yaşanan doğal afetleri ve insan kaynaklı felaketleri mercek altına aldı. Rapordaki verilere göre, 2012 yılında yaşanan katastrof sayısı 318'ken, 2013 yılında bu sayı azalarak 308'e düştü. Bir önceki yıl yaşanan 167 doğal afete karşılık, 2013 yılında 150 doğal afet gerçekleşti. İnsan kaynaklı felaketlerin sayısıysa 2012 yılında 151'ken, 2013'te artarak 158'e ulaştı. 2013 yılı, gerçekleşen yaklaşık 26 bin can kaybıyla Sigma kayıtlarındaki en yüksek ölüm oranına sahip 20'nci yıl olarak yer aldı.

Raporda öngörülen rakamlara göre, 2013 yılında gerçekleşen doğal afetlerin ve insan kaynaklı felaketlerin ekonomiye tahmini maliyeti 140 milyar dolardı. Bu rakam, 2012 yılında görülen 196 milyar doların olduğu gibi, son 10 yılın enflasyona göre ayarlanmış ortalaması olan 190 milyar doların da çok altındaydı. 2013 yılında afetlerin maliyeti, GSYİH'nin yüzde 0.19'una eşdeğerdi; bu rakam da son 10 yılın ortalaması olan 0.30'un aşağısında kaldı. 2013 yılında doğal afetlerin ekonomiye verdiği zarar 131 milyar dolar civarındaydı, bu hasarın çoğunu seller ve Asya, Kuzey Amerika ve Avrupa'da görülen kötü hava koşullarından kaynaklanan felaketler oluşturdu. İnsan kaynaklı felaketlerse yaklaşık 9 milyar dolara mâl oldu, bu rakam 2012'de görülen 8 milyar doların yukarısındaydı.

FATURANIN ÜÇTE BİRİNİ SİGORTACILAR KARŞILADI

2013'te afetlerden kaynaklanan toplam hasarın yaklaşık üçte birini sigortacılar karşıladı, toplam sigortalı hasar 45 milyar dolar olarak kayıtlara geçti. Doğal afetler 37 milyar dolarlık sigortalı hasara yol açtı. Bu hasar, 2009 yılından beri görülen en düşük rakam olmasının yanı sıra, son 10 yılın enflasyona göre ayarlanmış ortalaması olan 55 milyar doların oldukça altındaydı. İnsan kaynaklı felaketler 2012 yılında 6 milyar dolar sigortalı hasara sebep olmuşken, bu rakam 2013'te 8 milyar doları buldu. Büyük petrol rafinerilerinde ve diğer endüstriyel tesislerde çıkan yangınlar bu hasarın artmasındaki sebepler arasındaydı. 2013 yılındaki doğal afetlerin sigortacılara maliyeti, GSYİH'nin yüzde 0.05'ine ve toplam prim üretiminin yüzde 2.2'sine eşdeğerdeydi.

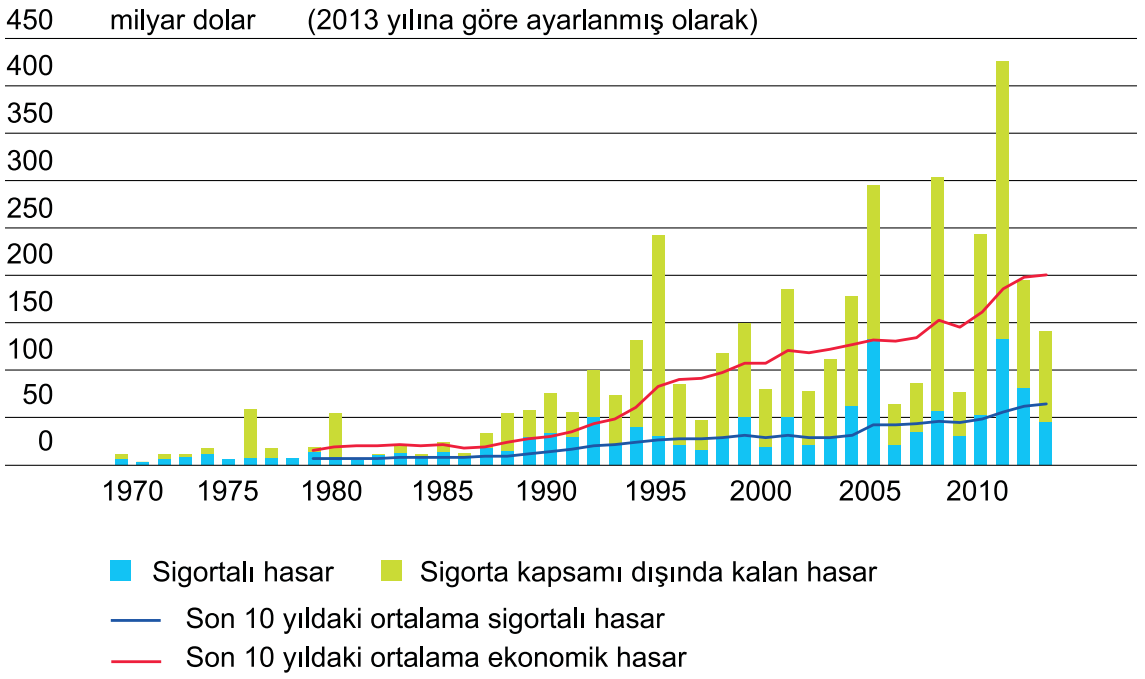
2013 yılında yarattığı sigortalı hasar 1 milyar doların üzerinde olan 12 afet gerçekleşti. Orta Avrupa'da yazın görülen seller, 4 milyar dolar sigortalı hasara ve yaklaşık 16 milyar dolar ekonomik hasara yol açarak 2013 yılında en pahalıya patlayan afet oldu. En çok hasara yol açan ikinci afet ise temmuz ayında Almanya'da görülen ve 3.8 milyar dolar sigortalı hasara sebep olan dolu fırtınasıydı. Ekonomik gelişme, nüfus artışı, kentleşme ve mal varlığının artması, doğal afetlerin ekonomiye verdiği zararın da artmasına neden oluyor. Bunlara ek olarak, iklim değişikliklerinin de gelecekte kötü hava koşullarından kaynaklanan afetlerin yol açacağı hasarı artırması bekleniyor. Bunların yanı sıra sigorta penetrasyonu da artmadığı sürece, sigorta kapsamı dışında kalan afet hasarlarının da artması kaçınılmaz bir hal alıyor.

EN YÜKSEK SİGORTALI HASAR KUZEY AMERİKA'DAN GELDİ

Kuzey Amerika'da 2013 yılında doğal afetlerin yarattığı tahmini sigortalı hasar 19 milyar dolar, ekonomik hasarsa yaklaşık 32 milyar dolar olarak belirlendi. Aynı zamanda bir bölgede görülen en yüksek sigortalı hasar da Kuzey Amerika'daki oldu. Hasarın en büyük sebebi Kanada'daki seller ve ABD'deki birkaç hortum oldu. Bölgede, 1 milyar doların üzerinde sigortalı hasara yol açan 4 farklı afet gerçekleşti. En büyük hasara yol açan olay, haziran ayında Kanada'nın Alberta eyaletinde yaşanan sel vakasıydı. Ekonomiye 4.7 milyar dolara, sigortacılaraysa 1.9 milyar dolara mal olan sel, Sigma kayıtlarına da şimdiye dek Kanada'da en çok hasara yol açmış afet olarak geçti.

2013 yılında Asya'da gerçekleşen afetlerin ekonomiye maliyeti 62 milyar dolar olurken, sigortalı hasar ise 6 milyar dolar civarındaydı. Bölgede en çok hasara

1970-2013 yılları arasındaki sigortalı ve sigorta kapsamı dışında kalan hasarlar



Ekonomik hasar = Sigortalı hasar + Sigorta kapsamı dışında kalan hasar

SON 30 YILDA TOPLAM HASAR VE SİGORTALI HASAR ARASINDAKİ İLİŞKİDE ÖNE ÇIKAN BAŞLIKLAR:

- Sigortalı hasarla ekonomik hasar arasındaki fark her geçen yıl artıyor ve 2013 yılında aradaki farkın 95 milyar dolar olduğu göze çarpıyor.
- Büyük afetlerin gerçekleştiği yıllarda bu farkın arttığı dikkat çekiyor. Japonya'da gerçekleşen deprem ve akabindeki tsunaminin damgasını vurduğu 2011 yılında bu afetlerin ekonomiye maliyeti 210 milyar dolar olurken, bu miktarın 35 milyar dolarını sigortacılar ödedi.
- 2008 yılındaysa, Ike ve Gustav kasırgalarının başı çektiği afetlerin yarattığı ekonomik hasar 269 milyar dolar, sigortalı hasarsa 52.5 milyar dolar olarak kayıtlara geçti.
- Katrina kasırgasının gerçekleştiği 2005 yılında afetlerin ekonomik hasarı 230 milyar dolar olurken, bunun 83 milyar dolarını sigorta sektörü karşıladı. Katrina kasırgası tek başına 135 milyar dolar hasara yol açarken, yarattığı sigortalı hasarsa 45 milyar dolardı.
- Şili ve Yeni Zelanda'da depremlerin olduğu 2010 yılında afetler ekonomiye 218 milyar dolara mâl olurken, bu hasarın 43 milyar dolarını sigortacılar üstlendi.
- 1995 yılındaysa Japonya'da gerçekleşen Büyük Hanşin Depremi ekonomiye 200 milyar dolara patlarken, sigortacılar bu hasarın sadece 4 milyar dolarını ödedi.

2013 yılında en çok sigortalı hasara yol açan 20 afet

Sigortalı hasar (milyon dolar)	Can kaybı	Başlangıç tarihi	Olay	Ülke
4134	25	27.05.2013	Sel	Almanya, Çek Cumhuriyeti, Avusturya, Slovakya
3838		27.07.2013	Dolu fırtınası	Almanya, Fransa
1882	4	19.06.2013	Sel	Kanada
1776	28	18.05.2013	Fırtına, hortum	ABD
1615	2	18.03.2013	Fırtına, hortum, dolu	ABD
1486	7345	08.11.2013	Haiyan tayfunu, fırtına	Filipinler, Vietnam, Çin, Palau
1471	13	27.10.2013	Christian fırtınası (St. Jude fırtınası)	Almanya, Danimarka, Hollanda, İngiltere, İsveç, Belçika
1425	27	28.05.2013	Fırtına, hortum, dolu	ABD
1204	4	07.04.2013	Fırtına, don, hortum, şiddetli yağış	ABD
1133	10	29.09.2013	Fitow tayfunu	Çin, Japonya
kesin değil		02.04.2013	Rafineri yangını	Arjantin
1034		05.12.2013	Xaver fırtınası	İngiltere, Almanya, Hollanda, Norveç, İsveç
983	6	21.01.2013	Oswald siklonunun yol açtığı sel	Avustralya
947	169	13.09.2013	Manuel kasırgası	Meksika
931	11	17.11.2013	Fırtına, hortum	ABD
kesin değil		10.04.2013	Bakır madeninde çökme	ABD
kesin değil		04.09.2013	Teknoloji ürünleri fabrikasında çıkan yangın	Çin
888		08.07.2013	Fırtına, sel /	Kanada
827		20.06.2013	Dolu fırtınası	Almanya
805		06.08.2013	Fırtına, dolu, hortum	ABD



Kanada'nın yaşadığı sel, ülkenin şimdiye dek gördüğü en yüksek afet hasarına neden oldu.

yol açan olaysa 12 milyar dolar ekonomik, 1.5 milyar dolar da sigortalı hasarla Haiyan tayfunu oldu. Maddi hasarın yanı sıra, 21 bine yakın ölümle en çok can kaybı yaşanan bölge Asya oldu, 2011 ve 2012 yıllarında da bölge en çok can kaybı görülen kıta olarak kayıtlara geçmişti.

ORTA AVRUPA DA 2013'TE SELDEN PAYINI ALDI

Avrupa'daysa 2013 yılında gerçekleşen doğal afetler ve insan kaynaklı felaketlerin ekonomiye maliyeti 33 milyar dolar, toplam sigortalı hasar da 15 milyar dolar oldu. Hasarın büyük bir çoğunluğu Orta Avrupa'da yazın gerçekleşen sel, Almanya'daki dolu fırtınası ve Kuzey Avrupa'daki bir seri fırtınadan kaynaklandı. Yaz mevsiminin başlarında dört gün boyunca yağan şiddetli yağmur sonucunda, Tuna Nehri'nin üst bölgelerinde ve Elbe Nehri'ni çevreleyen bölgelerde görülen sel Almanya'ya çok büyük zarar verdi. Çek Cumhuriyeti, Macaristan ve Polonya da selden hasar görürken, Orta Avrupa'yı etkileyen bu sel olayının ekonomiye maliyeti 16 milyar dolar oldu. Sigortacılarsa bu hasarın 4 milyar dolarını karşıladı. Orta Avrupa'yı etkileyen bu sel, 2011 yılında Tayland'da gerçekleşen ve 49.6 milyar dolar ekonomik, 16.2 milyar dolar da sigortalı hasara yol açan selden sonra en çok hasara yol açan sel olarak kayıtlara geçti. Latin Amerika ve Karayipler'de 2013'te gerçekleşen afetler 8 milyar dolar ekonomik, 2 milyar dolarsa sigortalı hasara yol açtı. Manuel kasırgası, 4 milyar dolar ekonomik hasar ve 0.9 milyar dolar sigortalı hasarla bölgede en çok hasara yol açan afet oldu. Aynı yıl Okyanusya'daysa toplam 2.7 milyar dolar afet hasarı oldu, bunun 1.3 milyar dolarını sigorta sektörü karşıladı. En çok hasara yol açan doğal afet olan Oswald siklonu 1 milyar dolar sigortalı hasar yarattı. Afrika'daysa afetler ekonomiye 0.8 milyar dolara patlarken, sigortacılar bunun 0.5 milyar dolarlık bölümünü ödedi.



2013 yılında gerçekleşen doğal afetler arasında en çok seller öne çıkıyordu. Özellikle Almanya'nın sellerden etkilendiği Orta Avrupa'da, sellerin ekonomiye maliyeti 16 milyar dolar oldu. Sigortacılar bu hasarın 4 milyar dolarını karşıladı.

RENK ÖZCAN renk@sigortacigazetesi.com.tr



Eureko Sigorta web sitesine büyük ödül

Eureko Sigorta, www.eurekosigorta.com.tr adresindeki internet sitesiyle bu yıl 12'ncisi düzenlenen Horizon Interactive Awards kapsamında ödüle layık görüldü. İnternet sitesini 2013 yılında yenileyen Eureko Sigorta, bankacılık ve finans kategorisinde ödül sahibi oldu. Eureko Sigorta resmi internet sitesi kurumun kimliği ile sadelik, şeffaflık, güven, yaratıcılık, mutluluk odaklılık ve başarma arzusundan oluşan değerlerini yansıtacak şekilde tasarlandı. İnternet sitelerinin kurumsal kimlik ve değerler doğrultusunda hazırlanmasının kurumların online dünyada kendilerini doğru konumlandırmaları açısından önem taşıdığını belirten Eureko Sigorta Online Sigortacılık Direktörü Cem Saltık şunları söyledi: "Horizon Interactive Awards kapsamında orijinallik, kullanıcı deneyimi, teknik altyapı gibi kriterler göz önüne alınarak değerlendirme yapılıyor. Biz de ziyaretçilerimize ürünlerimizi ve hizmetlerimizi sade bir dille, hikayeleştirerek anlattık. Kullanıcı odaklı bir tasarımla ziyaretçilerimizin istedikleri bilgiye kolayca ulaşmalarını hedefledik. Aldığımız ödül de bu hedefimize ulaştığımızın en önemli göstergelerinden biri."

Halk Emeklilik'ten genç girişimcilere destek

Halk Hayat ve Emeklilik Genel Müdürü Nurullah Okur, Genç MÜSİAD tarafından ilki organize edilen Türkiye Genç Ekonomi Başarı Ödülleri'nde (TÜRGEB) kendi alanında lider diğer isimlerle birlikte jüri üyesi olarak gençlere destek verdi. Sonuçlar, jüri üyeleri olan Halk Emeklilik Genel Müdürü Nurullah Okur, Altınay Robot Teknolojileri Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Altınay ve Destek Patent Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Yamankaradeniz tarafından belirlendi. Buna göre; Yılın Genç Girişimcisi Semih Çalışkan, Yılın Genç Profesyonel Girişimcisi Halil Aydoğan oldu. Ödül töreninde MÜSİAD Genel Başkanı Nail Olpak ile İTO Başkanı İbrahim Çağlar ve MÜSİAD Gençlik Kurulu Başkanı Faruk Akbal konuşmacı olarak yer aldılar.



Nurullah Okur (solda) ve Nail Olpak, gecede gençlere destek verdiler.

Hayvan sigortalarında % 43'lük artış

Tarım Sigortaları Havuzu'ndan yapılan açıklamada, 2014 yılının ilk üç ayında üretim verilerinde başarılı sonuçlar elde edildiği, istikrarlı büyümenin bu yıl da devam ettiği ve özellikle sigortalanan küçükbaş ve büyükbaş hayvan adetlerinde bir önceki yıla göre neredeyse yarı yarıya artış olduğu bildirildi. 2005 yılından itibaren tarım sektörüne yepyeni bir soluk getiren ve giderek artan doğal riskler sebebiyle vazgeçilmez bir sistem olma yolunda önemli mesafeler kaydeden TARSİM, 2014 yılında da üreticinin yüzünü güldürüyor. Yılın ilk üç ayında tüm tarım sigortası branşlardaki poliçe sayısının, bir önceki yıla göre yüzde 20 artışla 510 bin adedi geçtiği, sigortalı büyükbaş ve küçükbaş hayvanlarda ise yüzde 43 oranında artış kaydedilerek 224 bin adedin geride bırakıldığı açıklandı. Bunun yanı sıra 7 milyon dekar alanın sigortalandığı, sigortalılara sağlanan teminatın ise bir önceki yıla göre yüzde 25 oranında artarak 5.9 milyar lirayı geçtiği bildirildi. Ayrıca 2014 yılı itibarıyla teminat kapsamına alınan Arıcılık Sigortası'nın da, üreticiler tarafından büyük ilgi ile karşılandığının altını çizen yetkililer, sadece üç ayda, 275 bin adedin üzerinde arı kovanını sigortaladıklarını belirtti.



Groupama'dan sosyal medya atağı

Dünyada Facebook kullanıcıları içerisinde ilk sıralarda yer alan Türkiye'de neredeyse nüfusun yarısı kullanıcı olarak bulunuyor. Günümüzde birçok kurum facebook/ twitter üzerinden sorun ve şikâyet ilişkisi yürütüyor. Bu süreç şirketlere de büyük kolaylık sağlıyor. Hedef kitlesiyle her zaman hızlı ve açık bir iletişim kurmayı tercih eden Groupama, facebook, twitter ve linkedin sayfalarında yeni projeleri, interaktif uygulamaları ve hediyeli yarışmalarıyla yer almayı planlıyor. Takipçileri için Groupama, ürünlerinden etkinliklerine, güncel bilgi ve videolara, sigorta hakkında en çok merak edilenlerden bilinmeyenlere kadar hem bilinçlendirme, hem bilgilendirme, hem de hoşça vakit geçirmeyi sağlamayı hedefliyor. Hedef kitlesi ile kampanya ve mesajlarını paylaşacak olan Groupama, takipçilerinin sorularına hızlı ve etkili çözümler sunmayı amaçlıyor.



İstanbul Yeniköy'den denize açıldık...

Geçen ay geleneksel yazarlar yemeği için İstanbul'un Yeniköy semtinde bulunan Gazebo'da buluştuk. Gazebo Restoran, Boğaziçi'nin neredeyse tamamını gören, üç katlı küçük bir yalıda kurulu sevimli bir yer. Manzara muhteşem, yemekleri de lezzetli...
Biz yemeği üçüncü katta, muhtemelen yalı inşa edildiği dönemde yatak odası olarak kullanılan Boğaz'a nazır bir odada yedik. Deniz altımızdan akıp gidiyordu ve biz de akıntıya uyup denize açıldık. Öyle tekneyle falan değil, sohbet anlamında. Önce Erhan Dumanlı, gençlik yıllarında nasıl ahtapot yakaladıklarını anlattı, ardından David Ağabey hem İstanbul hem de Ege'deki Yunan adalarından deniz ürünleriyle ilgili anekdotlar aktardı. Sohbete Faruk Kaptan da dahil olunca balıkların peşinde epeyce bir yol kat ettik. Yemekteki tek sohbet konusu balıklar değildi elbette. Galatasaray-Fenerbahçe derbisinin ertesi günü yediğimiz yemekte, futbol da masanın baş konuklarından biriydi. Müzmin bahisçi arkadaşlar, önce alışverişlerini yaptı, ardından derbiyi masaya yatırdık. Maçtaki futbol kalitesinden memnun olan hemen hemen kimse yoktu, ama yemeğe Galatasaray atkısı ve kepiyle gelen David Ağabey ve diğer Galatasaraylılar, oldukça mutluydu... Yazarlar yemeği olur da, espri ve fıkra olmaz mı; elbette bol miktarda vardı. David Ağabey ve Faruk Kaptan yine döktürdüler, ama ben dökülenleri maalesef yazıya dahil edemiyorum. Kısaca, Yeniköy'de Boğaz'ın kıyısında oldukça neşeli bir yemek yedik. Darısı başınıza...

M. Emin Özcan

sigortacı gazetesi
Türkiye'nin En Çok Satan Sektör Yayını

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 Yeşilören-Şeyma 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 - Merter 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: 5 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
Mayıs 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 öncelikle yazılı izin alarak ve kaynak gösterilerek yayımlanabilir.





ARTIK VAR.

Ücretsiz Homer Aplikasyonu ile araç hasar takibinizi anında yapabilir, veya en yakın Homer servisini bulabilir, veya acil yardım servisimizinden yararlanabilirsiniz. Üstelik tüm Apple ve Android işletim sistemleriyle uyumlu.

51 ilde 65 servisimiz ile tüm araç hasar ve tamir ihtiyaçlarınız için daima hizmetinizdeyiz.

HOMER Auto Service

www.homerservisler.com
Çağrı Merkezi: 0850 433 0100

Tamir • Yedek Parça • Kaporta • Bakım • Yol Destek • Mini Onarım
+ Operasyonel Destek • Süreç Yönetimi

AXA SİGORTA'YA

AXA SİGORTA "Türkiye'nin En Etik Şirketleri" ödülüne layık görüldü

AXA SİGORTA, Etik Değerler Merkezi (EDMER) tarafından etik ve iş ahlakı farkındalığı yaratmak, etik bilincini yaygınlaştırmak ve gençlere örnek olacak şirket ve yöneticileri ödüllendirmek amacıyla verilen "ETİKA 2013 Türkiye'nin En Etik Şirketleri" ödülünü almaya layık bulundu. Bu yıl ikincisi düzenlenen "ETİKA Türkiye Etik Ödülleri", etik değerlere önem veren, şirket yönetimlerinde iş ahlakı ve etik değerlere bağlı olarak faaliyetlerini sürdürme konusunda titiz davranan şirketlerin ödüllendirilmesini, toplum önünde itibarlarının artırılmasını sağlamak ve diğer şirketlerin de etik konusundaki duyarlılıklarını oluşturmak amacı taşıyan kapsamlı bir çalışma.


Cemal Ererdi

AXA HOLDİNG Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO Cemal Ererdi, AXA SİGORTA'nın aldığı bu ödül ile ilgili yaptığı açıklamada, "Başarı ve itibarın yalnızca müşterilerimize sunduğumuz ürün ve hizmet kalitesine değil, aynı zamanda iş yapma biçimimize de bağlı olduğunu düşünüyoruz. Müşterilerimiz ve diğer paydaşlarımız tarafından 'çalışılması en kolay' ve 'en tercih edilen' şirket olarak teveccüh görmemizin taahhütlerimize olan güvenin sonucu olduğuna inanıyoruz. Bağlı olduğumuz AXA Grubu'nun, dolayısıyla AXA SİGORTA'nın, güçlü bir profesyonel etiğe uyma ve geliştirme konusunda uzun bir geçmişi bulunmaktadır. Etik ve itibar yönetimi konusunda yalnızca çalışan ve diğer paydaşlarımıza değil aynı zamanda toplumumuza karşı sorumluluk bilinciyle de çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Etik ve İtibar Derneği'ne (TEİD) üye olan ilk ve tek sigorta şirketi olmamız konuya gösterdiğimiz hassasiyetin bir göstergesidir. Etik Değerler Merkezi Derneği'nin (EDMER) etik ve iş ahlakını önemseyen ve etik değerlere sahip çıkan genç liderler yetiştirme gayretlerini takdir ile karşılıyoruz. AXA SİGORTA'nın ETİKA 2013 Türkiye Etik Ödülü'ne layık görülmesi bizleri onurlandırmıştır. Etik ve itibar yönetimi konusundaki yüksek standartlarımızı sürdürmek konusunda bizleri motive etmiştir" dedi.

AXA SİGORTA '2014 Yılı bölge toplantılarını


Mahfi Eğilmez Cemal Ererdi

AXA SİGORTA'nın "2014 Yılı Türkiye Ekonomisine Neler Getiriyor" başlığı ile acentelerine yönelik düzenlediği bölge toplantılarında, AXA Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO Cemal Ererdi ile ekonomist, yazar ve Hazine eski müsteşarı Mahfi Eğilmez, 2013 yılını değerlendirerek, 2014'e ilişkin beklentilerini 2 binden fazla acente ile paylaştılar.

AXA SİGORTA'nın her yıl acenteleri için düzenlediği bölge toplantıları, 2014 yılında da Şubat-Nisan ayları arasında, 7 ayrı ilde acentelerin geniş katılım ve yüksek memnuniyeti ile tamamlandı. Ekonomi ve sigorta sektörü ile ilgili en son gelişme ve bilgilerin paylaşıldığı toplantılar, "2014 yılı Türkiye ekonomisine neler getiriyor" başlığı ile Adana, Ankara, Antalya, Bursa, İstanbul, İzmir ve Samsun'da 2000'i aşkın acentenin katılımı ile düzenlendi. Acentelerin vizyonlarının gelişimine katkı sağlayarak ekonomiye ve sigorta pazarına daha hakim olmalarının ve işlerini daha doğru yönetip ileriye taşımalarının hedeflendiği toplantılarda AXA Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO Cemal Ererdi ile ünlü ekonomist, yazar ve Hazine eski müsteşarı Mahfi Eğilmez 2013 yılını hem ekonomi hem de sigortacılık açısından değerlendirirken, 2014 yılına ilişkin beklentilerini paylaştılar.

AXA SİGORTA ACENTELERİ YÜZDE 41 BÜYÜDÜ

Türkiye ve dünya ekonomisini 2008 yılında ABD'de yaşanan krizin etkileri ile değerlendiren Mahfi Eğilmez, Türkiye'nin yüksek üretim gücü olduğunu fakat marka yaratmada zorlandığını belirtti. Bu noktada acentelerin markalaşmasına çok önem verdiklerini söyleyen Cemal Ererdi, müşteriye verilen değerin mutlaka hissettirilmesi gerektiğini ifade etti. Acentelerin farklılaşmasındaki en büyük etkenlerden birinin müşteride güven oluşturulması ve bütün teminatların kontrol altında olduğunun hissettirilmesi gerektiğini vurgulayan Ererdi, AXA SİGORTA portföyünün yüzde 86'sının acentelerden oluştuğunu, AXA SİGORTA'nın tam anlamıyla bir acente şirketi olduğunu, her zaman acentelerle yüz yüze iletişime önem verdiklerini ve AXA SİGORTA profesyonel acentelerinin 2013 yılında yüzde 41 büyüdüklerini ifade etti. Eğilmez ise, 2014 ile ilgili beklentilerini anlatırken harcamaların azalacağından söz ederek tahsilatın önemini vurguladı. Eğilmez ayrıca kaliteli hizmeti müşterilere çapraz satış ile sunmanın önemli olduğunu, kestirilmesi zor bir yıl olduğundan belirli alanlarda sigorta talebinin artabileceğini de sözlerine ekledi.

2013'TE BÜYÜME FİYAT ARTIŞI İLE SAĞLANDI

Cemal Ererdi, dünyada sigortacılıkta büyümenin motorunda gelişmekte olan ülkeler olduğunu, gelişmiş pazarlarda fiyat hareketlerinin oturmuş olduğunu ve kârlı alanlarda rekabetin arttığını vurguladı. 2013'e damga vuran özellik olarak geçmiş yıllara göre çok az doğal afetin yaşandığını, sigortacıların ve reasürörlerin daha çok gelir elde ettiklerini belirten Ererdi, 2013 yılında Türk sigorta endüstrisinin yüzde 21,7 büyüdüğünü, büyümenin genellikle fiyat artışı ile sağlandığını, poliçe adedi yüzde 8,4 artarken, fiyat artışının son yıllarda ilk defa yüzde 13,3 seviyesinde gerçekleştiğine değindi. Fiyat artışının bu sene olamayacağını da sözlerine ekleyen Ererdi, büyümede sıkıntı yaşanabileceğini, adedi arttırmaya yönelik çalışmak gerektiğini, tedbir almayı elden bırakmadan mevcut portföyü korumanın ve doğru müşteriyi portföylerine kazandırmanın önemine değindi. Ererdi, AXA SİGORTA olarak yüzde 32,8 büyüdüklerini, son 10 yıldır her sene daha çok büyüyen bir sigorta şirketi olduklarını vurguladı.



ÖDÜL YAĞMURU

AXA SİGORTA ikinci kez Türkiye'nin en itibarlı sigorta şirketi seçildi



Kendi alanında akademik denetime tabi tutulan ilk ve tek araştırma olan, aynı zamanda dürüstlük ve şeffaflığın en önemli kriter olarak öne çıktığı Türkiye İtibar Endeksi (TİE) Araştırması'nın bu yıl üçüncüsü düzenlendi. "İnşaat", "Otomotiv", "Hazır Giyim", "Beyaz Eşya", "Bankacılık", "Gıda", "Enerji", "GSM", "Elektronik Eşya", "Sigorta", "Ulaşım" ve "Eğitim" sektörleri özelinde gerçekleştirilen Türkiye İtibar Endeksi 2013 sonuçları, İstanbul Ticaret Üniversitesi Eminönü Kampüsü'nde düzenlenen basın toplantısında açıklandı. 2.075 kişiye yüz yüze görüşme yöntemi ile uygulanan araştırma sonucuna göre sigortacılık sektörünün en itibarlı şirketi seçilen AXA SİGORTA, bu unvanı ticari gücünün yüksekliği, sektöründeki lider konumu, yenilikçi yaklaşımları, çalışan kalitesi, köklü ve sağlam yapısı, üstün hizmet/ürün kalitesi ve uluslararası standartlarda hizmet sunması gibi özellikleri sayesinde aldı.

TİE, gelişen ekonomimizde kurumsal iletişim, itibar yönetimi konularının gelişimini takip etmek, sektörel farklılıkları gözlemlemek ve sektör profesyonellerine referans noktası sağlamak amacıyla başlatılmıştır. Endeks, kurumların ilerleyen itibarlarını takip etmek ve izlemek için ideal, güvenilir bir yol sunmakta, itibarlarını daha iyi yönetmek, iletişim yatırımlarına stratejik yol çizmek isteyen kurumların faydalanması için hazırlanmış bir kaynak.

Beklentileri' konulu gerçekleştirdi



Toplantının hedefi, acentelerin gelişimine katkı sağlayarak ekonomiye ve sigorta pazarına daha hakim olmaları ve işlerini daha doğru yönetip ileriye taşımaları yönünde oldu.

BES İYİ BİR YATIRIM ARACI

Ererdi, Bireysel Emeklilik Sistemi ile ilgili getirilen yeni düzenlemeler ile sektöre 2013 yılında 1 milyon yeni katılımcının giriş yaptığını, sene başından beri de aynı katılım oranının devam ettiğini gördüklerini belirtti. Devlet katkısı ile yüzde 25'lik desteğin tasarruf anlamında Türkiye'nin önemli bir ihtiyacı olduğunu söylerken, Mahfi Eğilmez de nakdi değerlendirmek için BES'in iyi bir fırsat olduğunu, Türkiye'nin en önemli sorunlarından birinin tasarrufları değerlendirme sorunu olduğunu söyledi. Eğilmez, reel faizlerin düşmesinin tasarrufları etkilediğini, tasarrufların düşüp harcamaların arttığını da sözlerine ekledi.

Sağlık sigortaları konusunda ise her yıl Avrupa'da çoğu ülkede sağlık sistemlerinde sıkılaştırma, sınırlandırma yöntemi seçildiğini belirten Ererdi, önümüzdeki dönemde sınırsız sağlık sisteminin kısıtlanacağı ve özel sigorta şirketlerine yeni, önemli bir alan açılacağının görüldüğünü söyledi. Ererdi, AXA SİGORTA olarak tamamlayıcı sağlık sigortasıyla bu uygulamayı başlattıklarını ve ciddi gelişme sağladıklarını söylerken, acentelere trafik sigortası kadar fazla talep olacak bir ürüne hazırlanmaları gerektiğinin ve portföylerini çeşitlendirmenin önemine değindi.

2013 YILINDA ACENTELERİN ÜRETİMDEKİ PAYI ARTTI

2013'te acentelerin Türk sigorta portföyünden aldıkları payı artırdıklarını belirten Ererdi, acente sisteminin daha organize, daha müesseseleşmiş hale geldiğini, 2013 yılı sonunda acente sayısının 2012'ye göre önemli oranda düşmesine rağmen prim üretimindeki artışla acentelerin paylarını arttırabilir hale geldiklerini ifade etti. Öte yandan, AXA SİGORTA olarak bankaların, brokerların ve direk satışın acentelerin satışlarını engellemeyeceği görüşünde olduklarını, acente sisteminin Türkiye'deki payının doğru çalışan acenteler tarafından yukarıya doğru çekileceğini düşündüklerini de ileten Ererdi, AXA SİGORTA acentelerinin daha da büyüyüp gelişeceklerine inandıklarını ve bu doğrultuda her türlü gayreti ve desteği göstereceklerini sözlerine ekledi.

KalDer müşteri memnuniyetinde lider marka AXA SİGORTA

81 ilde, 11 bin 564 tüketici ile bilgisayar destekli telefon anketi (CATI) yapılarak ve özel ekonometrik analiz modeli ile belirlenen Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi 2013 yılı 4. çeyrek sonuçları açıklandı. KalDer'in şirketler arası rekabetin çok yoğun olduğunu belirttiği mali kuruluşlar kategorisinde, AXA SİGORTA, sağlık sigortası ve kasko branşında müşteri memnuniyetinde bir kez daha lider marka oldu.

Tüketicilerin satın aldıkları ürün ve hizmetlerden memnuniyetini sayısal olarak gözler önüne seren TMME, ölçülen kuruluşlara, sektöründe kendi konumu ve rakiplerinin konumunu görme ve strateji geliştirme imkânı sunarken, ülke genelinde müşteri memnuniyeti bilincinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına da katkıda bulunuyor. AXA Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO Cemal Ererdi, müşteriler tarafından 5'inci kez en çok memnun olunan şirket seçilmekten büyük mutluluk duyduklarını belirtirken, sağlanan bu istikrarlı başarı için AXA SİGORTA acenteleri ile çalışanlarına teşekkürlerini sundu ve müşteri memnuniyetinin sürekliliği için çalışmaya devam edeceklerini ifade etti.

KalDer Yönetim Kurulu Başkanı Hamdi Doğan ise ülkemizin sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlamak için toplum ve iş dünyasının ihtiyaç duyduğu model ve hizmetleri geliştirmenin en önemli görevlerinden biri olduğunu belirtti. Bu yaklaşımdan hareketle 2005 yılından bu yana Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi çalışmasını yürüttüklerini ifade eden Doğan, 2013'te 25 sektörde 106 kuruluşun detaylı olarak müşteri memnuniyeti ölçümlerinin yapıldığını ve toplam 29 bin 661 adet müşteri görüşmesi gerçekleştirdiklerini ifade etti.



Ödül töreninde, AXA SİGORTA Başkan ve İcra Kurulu Üyesi (Pazarlama ve Satış) Işıl Akyol'a ödülü KalDer Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Tüpraş Genel Müdür Yardımcısı Yılmaz Bayraktar takdim etti.

AXA SİGORTA Dünya Saati uygulamasına destek verdi

Dünya Doğayı Koruma Vakfı'nın (WWF) 2007'den beri düzenlediği Dünya Saati kampanyası, 29 Mart Cumartesi günü tüm dünyada 20.30 - 21.30 saatleri arasında gerçekleştirildi. Yeni Zelanda'da başlayıp Tahiti'de sona eren, 157 ülkenin katılım sağladığı hareket için yedi kıtada birden ışıklar kapandı. AXA SİGORTA da 2013 yılında olduğu gibi 2014 yılında da çevre sorunlarına dikkat çekmek ve enerji tasarrufu sağlamak amacıyla başlatılan "Dünya Saati" etkinliğine hem kendi ofisleriyle hem de tüm acente ve çalışanlarına katılım çağrısı yaparak destek verdi. Şirket, sigortacılığın getirdiği bilinç ve sorumlulukla dünyanın geleceğiyle ilgili üzerine düşeni yapmaya devam edeceğini açıkladı.

1.1.2014-31.03.2014 dönemi

Şirket adı	Kaza	S	Hastalık Sağlık	S	Kara Araçları	S	Raylı Araçlar	S	Hava Araçları	S	Su Araçları	S	Nakliyat	S	Yangın ve Doğal Afetler	S	Genel Zararlar	S	Kara Araç Sorumluluk	S	Hava Araç. Sorumluluk	S	Su Araçları Sorumluluk	S
ANADOLU	13,227	5	91,188	5	215,549	1			4,780	1	14,352	1	18,874	1	116,567	3	63,372	4	204,303	2	12,945	1		
AXA	7,970	10	32,758	8	148,335	2					2,400	2	9,962	6	138,589	1	39,435	7	340,584	1	10	11		
ALLIANZ	12,366	6	132,196	3	140,851	3			221	8	2,065	3	10,010	5	72,868	6	30,925	9	167,822	3	1,255	3		
AK(*)	5,157	17	77,632	6	109,726	4			39	13	490	9	9,384	7	127,207	2	103,097	3	45,519	7	117	8		
MAPFRE GENEL	5,925	14	117,735	4	64,365	6			532	5	492	8	10,177	4	78,572	4	42,881	6	121,577	4	44	10		
GÜNEŞ	5,736	16	23,513	10	57,459	7			3,167	2	1,364	7	7,557	9	72,869	5	55,406	5	87,842	5	10,788	2		
GROUPAMA	3,403	23	29,149	9	65,399	5					1,919	5	7,473	10	35,490	10	151,015	2	37,141	8				
YAPI KREDİ	5,884	15	158,007	2	33,075	12			523	6	268	10	3,290	13	39,949	9	24,041	12	34,508	10	116	9		
ZİRAAT	17,501	4	3,378	18	12,289	19					232	11	194	27	29,378	14	177,654	1	2,310	27				
EUREKO	11,868	8	45,952	7	50,178	9			327	7			4,020	12	65,346	7	25,400	10	4,433	23	726	4	2,801	1
ACIBADEM SAĞLIK VE HYT	814	35	218,982	1																				
ZİRAAT HYT VE EMK	2,266	25																						
SOMPO JAPAN	4,401	21	1,512	21	53,890	8			127	9	182	12	3,069	14	29,480	12	32,001	8	35,174	9			208	2
HALK	4,966	19	6,056	15	21,383	14			73	10	35	17	447	23	46,224	8	24,766	11	50,134	6	0	12		
HDI	6,102	13	1,504	22	46,717	10					136	13	16,101	2	29,476	13	13,542	15	26,208	13				
ERGO	4,007	22	15,820	12	43,107	11					2,045	4	10,911	3	25,009	16	9,982	16	30,899	11				
ZURICH(*)	12,170	7	2,116	20	15,855	17					67	16	6,025	11	33,008	11	18,009	13	2,814	25				
RAY	1,914	26	2,581	19	17,537	16			605	4	1,427	6	2,352	15	28,378	15	17,627	14	15,292	15	337	5		
NEOVA	6,152	12	14,064	13	21,855	13							233	26	12,698	19	5,596	21	21,734	14				
ANADOLU HYT VE EMK	361	40																						
GARANTİ EMK	0	51																						
ALLIANZ YŞM VE EMK	1,120	31																						
AIG	18,036	3	9,202	14	2,054	26					131	14	8,329	8	11,125	21	7,756	19	2,365	26	145	6	28	**3**
AVIVA	1,055	32			19,571	15					128	15	2,076	16	17,583	17	8,429	18	12,123	17				
METLIFE	20,663	1																						
EGE	18,793	2	114	27	3,292	25							60	28	4,016	25	600	29	29,490	12				
AVIVASA(*)	9,414	9																						
CIGNA FİNANS EMK VE HYT	936	33																						
ANKARA	703	37	412	23	10,590	20			-8	14	5	19	450	22	11,589	20	8,467	17	14,191	16	-5	13		
HALK EMK	311	41																						
IŞIK	1,147	30	5,547	16	7,635	22					0	22	361	24	13,682	18	4,006	23	7,767	19				
BNP PARIBAS CARDIF EMK	49	47																						
VAKIF EMK	5,119	18																						
LIBERTY	887	34	331	25	13,283	18							279	25	3,574	27	4,622	22	8,594	18				
GENERALİ	522	39	404	24	7,489	23	5	1			18	18	1,034	19	10,166	22	1,825	26	7,746	20				
GROUPAMA EMK	4,715	20																						
SBN	7,285	11	5,065	17	1,193	27			64	11	0	20	805	20	4,420	24	3,926	24	5,071	22				
DUBAI STARR	1,806	27	307	26	8,747	21			55	12	-1	23	781	21	9,877	23	5,797	20	462	30	119	7		
AEGON EMK VE HYT	0	53																						
ALLIANZ HYT VE EMK	169	42																						
COFACE																								
DEMİR HYT	111	43	16,609	11																				
TÜRK NİPPON	1,393	29	75	29	5,249	24					0	21	1,948	17	3,855	26	1,805	27	1,670	28				
BNP PARIBAS CARDIF HYT	61	46	0	31																				
ING EMEKLİLİK	3,084	24																						
ACE EUROPE	1,470	28	22	30									1,627	18	2,735	28	2,753	25						
EULER HERMES																								
AXA HYT VE EMK	16	49																						
KORU	770	36			283	29									519	30	857	28	6,451	21				
DEMİR	109	44	77	28	260	30			1,775	3			2	30	475	31	98	31	3,931	24				
ATRADIUS																								
BNP PARIBAS CARDIF	626	38	0	32													39	32						
HÜR	83	45			1,179	28							18	29	1,320	29	461	30	1,395	29				
MAPFRE GENEL YŞM	0	52																						
ERGO EMK VE HYT	3	50																						
FİBA EMK	18	48																						
NEWLIFE YŞM(*)																								
ASYA EMK																								
CIV HYT	-127	54																						
2014/3 ay toplamı	**232,537**		**1,012,308**		**1,198,395**		**5**		**12,278**		**27,757**		**137,848**		**1,076,044**		**886,191**		**1,329,549**		**26,596**		**3,036**	
2013/3 ay toplamı	**197,729**		**879,960**		**1,214,887**		**5**		**5,817**		**29,556**		**117,522**		**900,443**		**807,456**		**1,227,305**		**12,782**		**243**	
Artış oranı 2013/2014	**17.60**		**15.04**		**-1.36**		**-0.02**		**111.07**		**-6.09**		**17.30**		**19.50**		**9.75**		**8.33**		**108.07**		**1,149.00**	

İlk üç ayda hayat sigortalarında yaşanan yüzde 17.6'lık daralma büyümeyi sekteye uğrattı

Sektör bu kez enflasyona yenildi

2014 yılının ilk üç ayında sigorta sektörünün toplam prim üretimi 7 milyar 24 milyon lira olurken, yüzde 6.5'lik üretim artışı yıllar sonra ilk kez enflasyonun altında kaldı. Hayat sigortalarında üretim yüzde 17.6 azalırken, hayat dışında 10.7 oranında artış kaydedildi.

Sigorta sektörünün 2014 yılı ilk çeyrekteki prim üretimi geçen yıla göre yüzde 6.5 artarak 7 milyar 24 milyon lira oldu. Üretimin 6 milyar 223 milyon liralık bölümü elementer branşlardan 800 milyon liralık bölümüyse hayat sigortalarından elde edildi. Hayat dışı branşlarda üretim yüzde 10.7 oranında artarken, hayat sigortalarında yüzde 17.6 oranında azaldı.

MOTOR DURDU

Son yıllarda her dönemde büyümesini

sigorta sektörü prim üretimi (bin TL)

S sıralamayı, A artış yüzdesini, PP ise pazar payını göstermektedir.

Genel Sorumluluk	S	Kredi	S	Emniyeti Suistimal	S	Finansal Kayıplar	S	Hukuksal Koruma	S	Hayat dışı 2013/3 ay	S	Hayat dışı 2014/3 ay	S	A %	Hayat 2013/3 ay	S	Hayat 2014/ 3 ay	S	A %	2013 üç aylık genel toplam	S	2014 üç aylık genel toplam	S	A %	PP
26,283	1	308	8			3,328	5	1,942	3	712,776	2	787,017	1	10						712,776	2	787,017	1	10	11.20
14,877	3					3,541	4	2,387	2	723,493	1	740,849	2	2						723,493	1	740,849	2	2	10.55
14,581	4					9,168	2	573	11	507,832	3	594,901	3	17						507,832	3	594,901	3	17	8.47
16,362	2	750	6	472	4	16,685	1	892	6	410,893	4	513,529	4	25	9	25	3	25	-68	410,902	4	513,532	4	25	7.31
9,345	8			231	5	230	17	385	15	388,345	5	452,491	5	17						388,345	5	452,491	5	17	6.44
9,273	9			634	2	236	16	1,353	5	240,651	9	337,197	6	40						240,651	10	337,197	6	40	4.80
3,401	15					1,111	9	888	7	301,943	7	336,389	7	11						301,943	8	336,389	7	11	4.79
7,323	10			126	6			787	9	352,959	6	307,897	8	-13						352,959	6	307,897	8	-13	4.38
200	27	405	7	4	17	857	11	226	17	195,757	10	244,627	9	25						195,757	11	244,627	9	25	3.48
9,564	7	848	4			1,283	8	450	13	262,133	8	223,197	10	-15						262,133	9	223,197	10	-15	3.18
										165,738	11	219,796	11	33	1,375	20	1,418	20	3	167,114	12	221,214	11	32	3.15
										177	47	2,266	43	1,178	313,691	1	184,974	1	-41	313,868	7	187,240	12	-40	2.67
3,107	16			41	10	1,611	6	1,614	4	128,373	14	166,416	12	30						128,373	15	166,416	13	30	2.37
1,499	18			21	11	1,524	7			155,963	13	157,129	13	1						155,963	14	157,129	14	1	2.24
6,860	11							2,499	1	119,837	15	149,145	14	24						119,837	16	149,145	15	24	2.12
6,338	12			110	7	154	18	575	10	158,410	12	148,957	15	-6						158,410	13	148,957	16	-6	2.12
11,243	6					853	12	507	12	108,004	16	102,666	16	-5						108,004	17	102,666	17	-5	1.46
6,105	13			19	12	438	14	243	16	83,870	18	94,856	17	13						83,870	20	94,856	18	13	1.35
917	22			8	15	31	20	876	8	60,499	20	84,164	18	39						60,499	25	84,164	19	39	1.20
										325	46	361	46	11	103,781	2	83,723	2	-19	104,106	18	84,085	20	-19	1.20
										0	56	0	54	-25	78,396	3	80,537	3	3	78,396	21	80,537	21	3	1.15
										883	44	1,120	44	27	60,953	5	74,405	4	22	61,836	24	75,525	22	22	1.08
12,113	5			614	3	865	10			67,197	19	72,763	19	8						67,197	23	72,763	23	8	1.04
1,191	21			50	9	767	13	400	14	91,939	17	63,374	20	-31						91,939	19	63,374	24	-31	0.90
										13,478	29	20,663	28	53	38,976	9	40,982	8	5	52,454	29	61,645	25	18	0.88
180	29							3	24	59,748	21	56,547	21	-5						59,748	26	56,547	26	-5	0.81
										8,448	35	9,414	34	11	51,276	7	45,115	7	-12	59,724	27	54,528	27	-9	0.78
										4	55	936	45	25,6	51,403	6	52,365	5	2	51,406	30	53,301	28	4	0.76
899	23	803	5	18	13	20	21	16	21	42,803	23	48,150	22	12						42,803	32	48,150	29	12	0.69
										386	45	311	47	-19	73,427	4	46,367	6	-37	73,812	22	46,678	30	-37	0.66
605	24			8	16	148	19	47	20	46,173	22	40,954	23	-11						46,173	31	40,954	31	-11	0.58
										42	53	49	50	16	16,227	14	35,563	9	119	16,269	43	35,612	32	119	0.51
										6,650	37	5,119	38	-23	50,616	8	30,203	10	-40	57,266	28	35,322	33	-38	0.50
415	26									38,377	24	31,985	24	-17						38,377	33	31,985	34	-17	0.46
1,398	20			11	14			100	18	25,386	26	30,718	25	21						25,386	37	30,718	35	21	0.44
										3,867	40	4,715	39	22	23,677	11	24,371	12	3	27,544	34	29,086	36	6	0.41
168	30			992	1			9	22	26,337	25	28,997	26	10						26,337	35	28,997	37	10	0.41
1,906	17			83	8	-1,868	23	50	19	16,572	27	28,119	27	70						16,572	41	28,119	38	70	0.40
										0	59	0	58	70	17,099	13	27,708	11	62	17,098	39	27,707	39	62	0.39
										133	48	169	48	27	22,680	12	23,858	13	5	22,814	38	24,027	40	5	0.34
		19,031	1							11,461	32	19,031	29	66						11,461	47	19,031	41	66	0.27
										15,258	28	16,720	31	10	1,158	21	1,243	21	7	16,416	42	17,964	42	9	0.26
1,450	19			2	18					8,368	36	17,446	30	108						8,368	50	17,446	43	108	0.25
										92	50	61	49	-34	12,048	16	15,773	14	31	12,139	46	15,833	44	30	0.23
										2,105	42	3,084	42	46	14,885	15	12,270	15	-18	16,991	40	15,354	45	-10	0.22
5,485	14					417	15			12,999	30	14,509	32	12						12,999	44	14,509	46	12	0.21
		14,006	2							8,509	34	14,006	33	65						8,509	49	14,006	47	65	0.20
										110	49	16	52	-85	25,537	10	11,138	16	-56	25,646	36	11,154	48	-57	0.16
494	25							5	23	9,910	33	9,380	35	-5						9,910	48	9,380	49	-5	0.13
197	28			2	19					5,828	38	6,926	36	19						5,828	52	6,926	50	19	0.10
		5,311	3							4,750	39	5,311	37	12						4,750	54	5,311	51	12	0.08
						3,834	3			2,758	41	4,500	40	63						2,758	56	4,500	52	63	0.06
11	31					7	22			12,536	31	4,473	41	-64						12,536	45	4,473	53	-64	0.06
										50	51	0	57	-100	3,392	19	4,033	17	19	3,442	55	4,033	54	17	0.06
										45	52	3	53	-93	4,890	18	2,462	18	-50	4,935	53	2,465	55	-50	0.04
										29	54	18	51	-39	972	22	2,267	19	133	1,001	57	2,285	56	128	0.03
										0	58	0	56	0	148	23	45	22	-70	148	58	45	57	-70	0.00
										0	57	0	55		95	24	20	24	-79	95	59	20	58	-79	0.00
										1,301	43	-127	59	-110	5,094	17	29	23	-99	6,396	51	-98	59	-102	0.00
173,791		**41,461**		**3,445**		**45,239**		**16,828**		**5,622,511**		**6,223,309**		**10.69**	**971,805**		**800,871**		**-17.59**	**6,594,317**		**7,024,181**		**6.52**	
136,508		**27,186**		**6,468**		**43,406**		**15,238**		**5,622,511**		**5,622,511**					**971,805**					**6,594,317**			
27.31		**52.51**		**-46.74**		**4.22**		**10.44**				**10.69**					**-17.59**					**6.52**			

(*) 1.1.2014/31.3.2014 tarihleri arasındaki prim üretim tablosunun istikrarı açısından araştırmamıza katılmayan şirketlerin rakamları Türkiye Sigorta Birliği'nin Şubat 2014 tarihli raporlarının üzerinden tahmini olarak verilmiştir.

sürdüren ve 2013 yılında reel olarak yaklaşık yüzde 15 oranında büyüyen sigorta sektörü, ilk kez enflasyona yenildi. 2014 yılı mart ayı sonu verilerine göre; yıllık enflasyon TÜFE'de yüzde 8.39, ÜFE'de 12.31 olarak gerçekleşirken sektörün büyüme oranı enflasyonun gerisinde kaldı. Hayat dışı branşlarda reel büyüme sürmesine rağmen hayat sigortasındaki büyük daralma sektördeki istikrarı sarstı. Türkiye'de sigorta prim üretiminin lokomotifini oluşturan kara araçlarında (Kasko) prim üretimi yüzde 1.3 gerilerken kara araçları sorumluluk branşında (Trafik) artış yüzde 8.3'te kaldı. Branşlara göre büyüme oranları; kazada yüzde 17.6, hastalık-sağlıkta 15, yangın ve doğal afetlerde 19.5, nakliyatta 17.3, genel zararlarda 9.7 ve genel sorumluluk sigortalarında yüzde 27.3 olarak gerçekleşti.

ŞİRKETLERE GÖRE ÜRETİM

2014 yılının ilk üç ayında en çok prim üreten şirket 787 milyon lirayla Anadolu Sigorta oldu. Bu şirketi 740 milyon lirayla AXA Sigorta ve 595 milyon lirayla Allianz izledi. Hayat sigortalarında en çok prim üreten şirket 187 milyon lirayla Ziraat Hayat ve Emeklilik olurken, 84 milyon lirayla Anadolu Hayat ve Emeklilik ve 80 milyon lirayla Garanti Emeklilik bu şirketi takip etti.

Özpek Çorap Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi Kurucu Ortağı Abbas Murat Pekmezci:

Sigortalı olmanın ne kadar önemli olduğunu bize Axa Sigorta gösterdi

Özpek Çorap firması, yangın felaketi sonucunda büyük zarara uğradı. Firma ortaklarından Abbas Murat Pekmezci, yangında hasar gören makinelerinin BMS ekibi tarafından onarılıp, ilk günkü hale getirildiğini ve kısa sürede tüm bu makinelerin faaliyete geçirildiğini söyledi.

AĞIRLIKLI olarak gıda, tekstil, kimya, mobilya ve plastik fabrikalarında çıkan tesis yangınları son yıllarda yükselişe geçti. Bu felaketlerden biri de geçtiğimiz aylarda İstanbul Beylikdüzü'nde Özpek Çorap Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi'nde yaşandı. Abbas Murat Pekmezci ve kardeşleri ortaklığında aile şirketi olarak faaliyete başlayan Özpek Çorap firmasının faaliyet gösterdiği iş merkezinde başka bir firmaya ait depo içinde meydana gelen yangın 12 yıllık işletmeye büyük zarar verdi. Gerçekleşen yangın sonucu alevler yükseldi ve Özpek Çorap firmasına kadar ulaştı.

Firmanın kurucu ortaklarından Abbas Murat Pekmezci hayatlarını kabusa çeviren o 1 aylık süreci ve ardından yaşananları anlattı… "İş merkezimizde başka bir firmaya ait olan depoda çıkan yangın sonucu alevler bizim işletmemize sirayet etti ve makinelerimize ağır hasar verdi. Bahsettiğim depo aslında bir ay içinde 4 kez yanmıştı. Birinci yangında, 7 /24 çalışan personel dumanı fark etti ve tesisin alt katından gelen alevlere yangın tüpüyle müdahale etti. Bu olaydan tam bir hafta sonra ikinci yangın da, dumanın fark edilmesiyle ve tekrar yangın tüpüyle müdahale edilerek söndürüldü. İkinci yangından bir hafta sonra da üçüncü yangın meydana geldi. Bu kez yoğun dumandan dolayı içeri giremedik ve itfaiye çağırdık. Son çıkan dördüncü yangınsa bir anda parladı ve bize zararı çok büyük oldu. Alt kat komşumuzda çıkan yangından dolayı alevlerin camdan içeri girmesiyle makinelerimiz büyük zarar gördü."







'KURTARILAMAZ GÖZÜYLE BAKIYORDUK, YANILDIK'

Yangın başladıktan 2-3 saat sonra, içeri giren Pekmezci, yukarı katlarda alevlerin giderek yayılmaya başladığını söyledi ve itfaiye ekibini uyararak ekibin bu katlara çıkmasını sağladığını belirtti. Pekmezci konuyla ilgili sözlerine şu şekilde devam etti: "Nereden ve nasıl en kısa sürede müdahale edileceğini anlatarak ekibe yardımcı oldum ve böylece alevler kısa sürede kontrol altına alındı. Tabi alevler makinelerimize çok zarar vermişti. İşletmemizde bulunan 70 adet makineden, 22 tanesi ağır hasar gördü. Bu makinelere kurtarılamaz, restore edilemez gözüyle bakıyorduk. Kalan 48 adet makinenin de restorasyon görmesi gerekiyordu."

Yangın felaketinin cumayı cumartesiye bağlayan gece yaşandığını söyleyen Pekmezci, cumartesi günü sigorta acentelerini aradıklarını, pazartesi günüyse hem acentelerinin hem de sigorta eksperlerinin anında işletmeye geldiklerini belirtti. İşletmelerinin aylarca restore edilemeyeceği gibi bir korkuya kapıldıklarını ifade eden Pekmezci, "Bu bizim için felaket anlamına geliyordu. Daha sonra işyerimizin sigortasını yapan Axa Sigorta'dan gelen yetkililer incelemelerde bulunup bizi BMS Türkiye'ye yönlendirdiler" dedi.







BMS ekibinin çok düzenli ve sistemli bir şekilde çalıştığını belirten Pekmezci, ekibin iş kalitesinden oldukça memnun kaldıklarını ifade etti.

'HASAR GÖREN TÜM MAKİNELERİMİZ FAALİYETE GEÇTİ'

Öncelikli olarak sigorta eksperinin BMS firmasını Özpek firmasına tanıttığını ifade eden Pekmezci, "BMS ekibi geldi ve ilk olarak bu işi çok hızlı bir şekilde çözüme ulaştıracaklarını söylediler. Bizim gözümüzde kullanılamaz halde olan makinelerimizi bile çalıştırabileceklerini izah ettiler. Hasar gören makineler adeta sıfırlanmış gibi tertemiz oldu. Restorasyonu yapılamayan makinelerin de ödemesi yapıldı. BMS ilk andan itibaren oldukça düzenli ve sistemli bir şekilde çalıştı. Ekibin sorumluluk duygusu ve iş kalitesi inanılmazdı. BMS Türkiye, yangın hasarını çok kısa bir sürede gidererek hasar gören tüm makinelerimizi faaliyete geçirdi" dedi.

Axa Sigorta ve BMS Türkiye sayesinde işyerlerinin yaklaşık 1 ay gibi kısa bir sürede eski haline döndüğünü belirten Pekmezci, sigortanın gerekliliğini şu şekilde dile getirdi: "Poliçeleri hiçbir zaman incelemiyordum. Yaşadığımız bu olay sigortalı olmanın ne kadar önemli olduğunu gösterdi. Sigorta bir hayat garantisi. Sigorta yaptırmış olmasaydık, BMS firmasını da tanımayacaktık. Kullanılamaz hale gelen tüm makinelerimizi hurdaya verecektik ve elimizde hiçbir şey kalmayacaktı. Axa Sigorta'ya ve BMS firmasına çok teşekkür ediyorum."

SFS, global marka olma yolunda emin adımlarla ilerliyor

2013'te hizmete giren yeni AR-GE ofislerinde inovasyon çalışmalarına devam ettiklerini söyleyen SFS Genel Müdürü N. Burak Dülge, uluslararası pazarda, iş ortakları HCL Technologies ile inovasyon yatırımlarını sürdürdüklerini ifade etti.

KURUMSAL yapısı, 22 senelik sektör tecrübesi ve 100'ün üzerindeki uzman personeli ile SFS, sigortacılık yazılım sistemlerinde Türkiye'nin önde gelen çözüm şirketi. Sistemleri üzerine yaptığı 15 bin adam/ay'a varan yatırımı ile bugün uluslararası şirket ve çözümlerle rahatlıkla rekabet eden, hatta bu rekabette çoğu zaman öne çıkan bir konuma ulaşan SFS, uluslararası sigorta oyuncularının da dikkatini çekiyor.

1992 yılında Türkiye'nin ilk ve tek sigortacılık yazılım sistemi sağlayan teknoloji şirketi olan SFS, 2012 yılında dünyadaki en büyük yazılım ihracını gerçekleştirmekte olan Hindistan'a milyonlarca dolarlık sigortacılık teknoloji sistemleri ihraç eden ilk ve tek teknoloji şirketi olarak büyük bir başarıya imza attı.

LOKAL VE GLOBAL ÖLÇEKTE İNOVASYON YATIRIMLARI

Başarılarını birçok ülkeye yayarak, hizmet verdiği coğrafyayı local partner'lar ile genişletmeyi hedefleyen SFS, her yıl artan ve TÜBİTAK tarafından da onaylanan AR-GE yatırımları ve inovasyonlarıyla geleceğin sigortacılık sistem teknolojisine yön vermeye devam ediyor.

SFS'nin uluslararası pazara ilk adımını Hindistan'da attığını, orta vadede uluslararası pazarda gerçekleştirdiği başarılarını, Asya ve özellikle Uzakdoğu pazarlarında da tekrarlamayı planladıklarını belirten SFS Genel Müdürü N. Burak Dülge, sözlerine şöyle devam etti:

"Gelişmekte olan ülkemiz, dinamik ekonomisi, inovasyona yatkınlığı, yetkin ve genç iş gücü havuzuyla büyük bir potansiyel taşıyor. Biz de bu potansiyeli en iyi şekilde değerlendirmek adına yenilikçiliği ana ilkemiz olarak görüyoruz. Dönüşümü yakalayan ve stratejilerini doğru taktiklerle oluşturan firmaların sürdürülebilir büyüme, artan rekabetçilik ve kârlılık gibi fırsatları yakalayacağını biliyoruz. 2013 yılında yeni AR-GE ofisimizde inovasyona yatırımlarımız ile Türkiye'deki büyüme hedefimizin paralelinde, uluslararası pazarda dünya lideri olan global iş ortağımız HCL Technologies ile inovasyona yatırımımızı sürdürüyoruz. Kurum olarak sigorta sektöründeki tüm oyunculara, gerek sigorta şirketlerine gerekse de aracı kurumlara, 22 yılda edindiğimiz tecrübemizi ve uzmanlığımızı da harmanlayarak, rekabetçi ve teknolojik yeniliklerle güçlenmiş çözümlerimizi, bugüne kadar olduğu gibi bundan sonraki dönemde de yükselen bir ivme ile daha da fazla yaygınlaştıracağız."

ULUSLARARASI SİGORTACILIK PAZARINDA HCL İLE İŞ ORTAKLIĞI

26 ülkede 220 şehirde ofisleri, 400'den fazla hizmet merkezi, 90 binin üzerinde çalışanı ve 6.2 milyar dolara ulaşan cirosu ile dünyanın ve Hindistan'ın önemli teknoloji firmalarından biri olan HCL de, uluslararası sigortacılık pazarında işbirliği için SFS'yi seçti. Bu işbirliği HCL'ye global sigortacılık pazarındaki müşterilerine bütünleşik, uçtan uca çözümler sunma fırsatı verirken SFS'ye de uluslararası müşteri adaylarına, özgün sigortacılık yönetim çözümlerini güçlü, uluslararası bir yapı ve lokal deneyimler ile sunma imkanı veriyor.

8 bin adam/yıla yakın sigorta teknolojileri tecrübesini bünyesinde barındıran ve global sigorta sektörüne tüm branşlarda hizmet götüren HCL, global ürün mühendisliği, teknoloji ve uygulama hizmetleri, BPO (Business Process Outsourcing), altyapı hizmetleri, donanım, sistem entegrasyonu ve telekomünikasyon alanlarında hizmet veriyor. Bünyesinde bin 500'den fazla sigorta teknolojileri uzmanını barındıran şirket, bugün itibarıyla 9 ülkede ve 30'dan fazla sigorta kurumunda 125'ten fazla sigortacılık projesini yönetiyor.

KANITLANMIŞ ÇÖZÜMLER GLOBAL DENEYİM İLE BÜTÜNLEŞTİ

SFS ile HCL, uluslararası sigorta kurumlarına akıllı sigortacılık yönetim çözümlerini beraber sunuyor olacak. İşbirliğinin temelini, HCL teknolojisini, uzmanlığını ve global uyarlama deneyimini, SFS'nin çözümleri ile bütünleştirmek oluşturuyor. Bu kombinasyon, denenmiş ve başarısı kanıtlanmış sigortacılık sistemlerini, uluslararası sektör ve sigortacılık uzmanlığı ile birleştirerek ortak müşterilere komple bir çözüm sunulmasına hizmet edecek. SFS ve HCL, beraber en kapsamlı sigortacılık çözümlerini geliştirecek, müşterilerine sunacak ve uyarlayacaklar. Bu işbirliğinin müşterilere yansıması; başarısı kanıtlanmış çözümlere, uluslararası bir yapı, düşürülmüş maliyetler, kısalmış uyarlama süreleri, tecrübeli yerel proje ekipleri ve lokal güçlü destek ile sahip olabilme yönünde olacak.



"Kurum olarak sigorta sektöründeki tüm oyunculara, 21 yılda edindiğimiz tecrübemizi ve uzmanlığımızı harmanlayarak, rekabetçi ve teknolojik yeniliklerle güçlenmiş çözümlerimizi, sunmaya devam edeceğiz."

'KREDİ VE İHRACAT SİGORTA PROJESİ' İÇİN GERİ SAYIM BAŞLADI

Türk yazılım endüstrisinin gurur projesi olan Sigorta Otomasyon Projesi, 2012 yılında dünya yazılım devi Hindistan'da bir ilke imza atılarak alınmış, projenin ilk kilometre taşı olan pilot bölge geçişi başarıyla tamamlanmış ve projenin bütünüyle hayata geçişi için geri sayım başlamıştır.

SFS Genel Müdürü N. Burak Dülge, "SFS ve HCL iş ortaklığında geliştirdiğimiz sigortacılık çözümlerini, Hindistan'ın en büyük Kredi ve İhracat Sigorta Şirketi olan ECGC Sigorta da geliştirerek geçtiğimiz hafta itibarıyla pilot bölgelerin kullanımına açmanın haklı gururu ve mutluluğunu yaşıyoruz" dedi.





ASYA KITASINDA HİNDİSTAN'DAN SONRA PAZAR GENİŞLETME ÇALIŞMALARI SİNGAPUR, MALEZYA VE SRİ LANKA'DA DEVAM EDİYOR

Global marka olma yolunda 2012 yılında yola çıkan SFS, dünya pazarında yazılım endüstrimizi tanıtmaya emin adımlarla devam ediyor. 2013 yılında Sri Lanka'da "17th Insurance Congress of Developing Countries" konferansına, Malezya'da "Matrade" fuarına ve Singapur'da "Asia Insurance CIO Summit" konferansına sponsor olarak katılımda bulunan SFS, tamamen Türk mühendislerinin geliştirdiği, Türk yazılım sanayisinin geldiği noktayı Sigortacılık projelerini sunarak tanıtmıştır. Hedef olarak, önümüzdeki dönemlerde pazarlama ve iş geliştirme konusundaki faaliyetlerini, kıtalararası pazar ağını genişletme yolunda sürdürmeye devam edecektir.

SFS Genel Müdürü N. Burak Dülge, "SFS, yakında tüm sigorta sektörü ile paylaşacağımız, teknolojisiyle, kültürüyle, hizmetiyle, bakış açısıyla farklılaşacak ve yepyeni bir görünüm kazanacaktır. Bununla beraber, yurtdışı açılımında iş ortaklığı yaptığımız firmaları daha da genişletip, o coğrafyalardaki yerel gücümüzü artırırken, hedef ülkelerimizden bir veya iki tanesinde bölge müdürlüklerimizi açıyor olacağız. Yurtdışı hedeflerimize odaklanırken, doğduğumuz yerde de büyümeye, hizmet ve müşteri ağımızı genişletmeye ve hedef olarak sigorta sektöründe yepyeni vazgeçilmez bir ekosistem yaratmaya odaklanıyor olacağız" dedi.

Sigorta Acenteleri Derneği Sigorta Haftası'na hazırlanıyor

Sigorta Acenteleri Derneği Başkanı Doğan Şen, sigortacılık bilincinin artırılması konusunda durmaksızın çalıştıklarını söyledi. Bu sebeple, 26 Mayıs'ta başlayacak Sigorta Haftası için beş farklı projeleri olduğunu açıklayan Şen, bu projeleri Sigortacı Gazetesi'yle paylaştı.



SAB Sigorta Acenteleri Derneği Başkanı Doğan Şen, içinde bulunduğumuz ay gerçekleşecek Sigorta Haftası'yla ilgili açıklamalarda bulundu. Sigorta sektörünün ülke ekonomisine taze fon yaratma işlevine sahip olduğuna değinen Şen, ayrıca ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin önemli bir göstergesi olarak kabul edildiğini söyledi. "Dolayısıyla, sigortacılığın geliştirilmesi, toplumda sigorta bilincinin artırılması, sigortacı ve sigortalı arasındaki güvenin daha da yükseltilmesi son derece önemli" diyen Şen, sigortacılığın son yıllarda gereken önemi görmeye başladığını da sözlerine ekledi.

Yasal düzenlemelerin ışığında yeni bir kimlik kazanan ve sağlam zemine oturan sigorta sektörüne armağan edilen Sigorta Haftası'nın gösterilen bu önemin bir neticesi olduğunu ifade eden Şen, "Bu etkinlik fikrinin SAB toplantılarında ortaya çıkmış olması ayrı bir gurur kaynağı. Sigorta Haftası diye bir hafta olması talebimiz; Hazine, SAİK, TSB ve TOBB gibi önemli platformlarda tartışmaya açıldı. Yapılan tartışmalar ve çalışmalardan sonra bir tanıtım komisyonu kurularak mayıs ayının son haftasının Sigorta Haftası olarak kutlanacağı Hazine tarafından açıklandı. Kurulan komisyonda Sivil Toplum Örgütleri, Sigortacılık Genel Müdürlüğü, TOBB, SEGEM, TSB ve SAİK gibi kurumlar bulunuyor" dedi.

'SİGORTALILIK BİLİNCİ KÜÇÜK YAŞLARDA GELİŞTİRİLMELİ'

Bu haftada, sigorta bilincinin tabana yayılması hedefiyle çeşitli etkinlikler düzenlendiğini kaydeden Şen, işlenen temanın ise "Risk meydana gelmeden önce önleminizi almak için sigortacınızla tanışma zamanı" olduğu bilgisini verdi. Bu konuda çok önemli bir görevin de Milli Eğitim Bakanlığı'na düştüğünü vurgulayan Doğan Şen, ilköğretimden itibaren en azından sigortacılık haftasında bu konunun işlenmesi ve sigortalılık bilincinin küçükken geliştirilmeye başlanması gerektiğini dile getirdi.

SAB'ın 1987 yılından beri acentelere her türlü katkıyı sağladığını hatırlatan Şen, dernek olarak acentelerin ve sektörün sorunlarına çareler aradıklarını ve çözümü için gerekli mercileri hareketlendirme konusunda çalıştıklarını ifade etti. Şen, son olarak, sosyal etkinliklerde bulunarak, sigortacılık bilincinin artırılması ve sektörün büyütülmesi konusunda durmadan çalıştıklarını aktardı.

SİGORTA HAFTASI İÇİN SAB'DAN PROJE ÖNERİLERİ

Bu yıl SAB tarafından sigortacılığın tanıtılması ve yaygınlaştırılması maksadıyla tanıtım komisyonuna 5 proje sunulduğunu belirten SAB Başkanı Doğan Şen, bu projeleri şöyle tanımladı:

Proje 1: SAB Türk sanat müziği korosu

SAB, uzun yıllardır sektörün farklı kesimlerinde faaliyet gösteren emekçilerden oluşan ve Şef Mustafa Doğan Dikmen yönetimindeki Türk sanat müziği korosunu bünyesinde bulunduruyor. Kültürüne sahip çıkan ve sanatı seven bir toplumda, sigortacılığın çok daha kaliteli yapılmasını hedefliyoruz. Bu itibarla 26 Mayıs'ta Milli Reasürans salonunda icra edeceğimiz konser dinletimize tüm sektörümüz davetlidir.

Proje 2: Karagöz sigortalandı

Sigortacılık bilincinin çocuklardan başlayarak geliştirilmesini çok önemsiyoruz. Karagöz ve Hacivat perde oyunuyla çocuklarımıza sigortacılık bilincini aşılamak amacıyla İstanbul'da halkın yoğun olduğu yerlerde oyunumuzu sergileyeceğiz. Deprem, sel, yangın ve hırsızlık gerçeklerinin işlendiği gösterinin metni tamamen derneğimiz tarafından yazıldı.

Proje 3: Örnek sigortalı köy projesi

Ciddi manada destek ve takdir alan bu projemiz, Sigorta Haftası'nda tanıtılacak ve bir takvim dahilinde 5 yıl sürecek bir proje. Projeye göre, tarımcılık ve hayvancılık konusunda aktif, nüfus yoğunluğu çok fazla olmayan ve İstanbul'a yakın örnek bir köy seçilerek köy halkı ve halkın tüm mal varlığı sigortalanacak. TARSİM, DASK ve sigorta şirketleri, çeşitli branşlardaki poliçeleri kendi öz kaynaklarından yapacak. Toplam ödenen prim ve alınan hasar ile mağduriyetlerin giderilmesi dengesi her yıl raporlanacak; ülke ekonomisine faydaları göz önüne alınıp paylaşılarak sektöre rehber olacak. SAB olarak biz de köyde poliçelerin tesliminden hasarların takibine kadar hizmet vereceğiz.

Proje 4: Sigorta müzesi

Bir TIR dorsesi satın alınıp tadil edilerek, 3 boyutlu sigorta tarihi müzesi haline getirilecek. Tarihteki yangınlar ve doğal afetler anlatılacak; sigortalı olmanın faydaları, kazalardan korunmanın yolları ve pasif sigortalılığın tanıtımı yapılacak; bunun için gereken her türlü görsel materyal sağlanacak. Dorse il il, ilçe ilçe dolaşacak ve ilkokul öğrencilerinin bu müzeyi ziyaret etmesi sağlanacak.

Proje 5: Fuarlarda yerimizi alalım

Bu projede, ülkemizde açılan her bir fuarda sırasıyla bir sigorta şirketi, maliyeti kendisi üstlenerek acenteleriyle birlikte stant açacak. Muhtelif üreticiler, fuarlarda ürünlerini sergilerken binlerce kişi fuar alanlarını gezecek. Üreticinin sigorta ihtiyaçları tanıtım stantlarımızda dinlenerek tanıtım yapılacak. Bireysel müşteriler için bir yandan ürün tanıtımı yapılırken diğer yandan da sigortalılığın faydaları anlatılacak.



Beklentilerinizi yüksek tutun!

Emeklilik gelir planları ile irat ürünlerinde
esnek ve yenilikçi çözümler için
size **Adendum yeter**!

Adendum

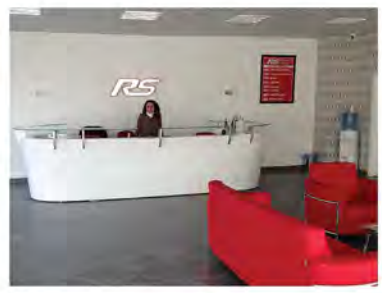
RS Repair Systems
Renew Solutions
Radiator Services

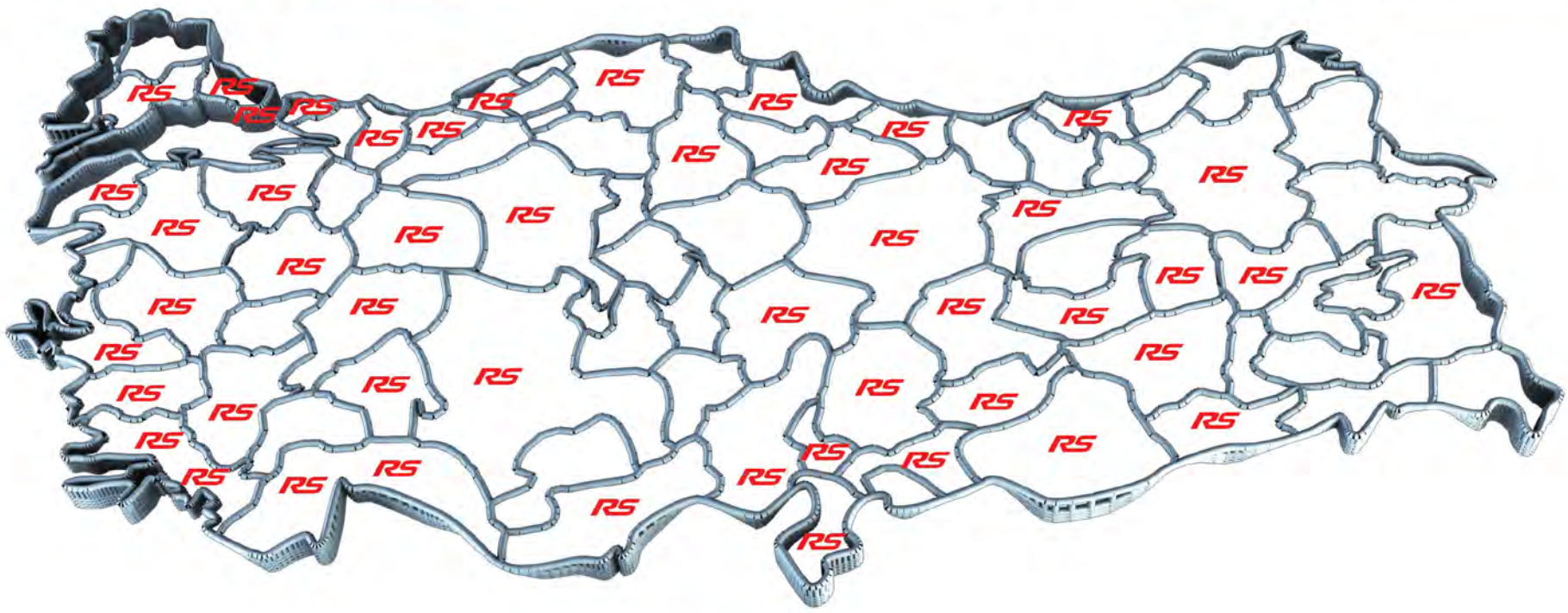
444 40 77
RS
www.rsservis.com.tr

mini onarım

MAXI hizmet



İşimizi Seviyoruz

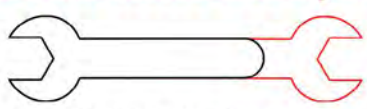
YÖNETİMDEN
TEKNİK EKİBE
RS'DE HERKES
İŞİNİ SEVEREK YAPAR!



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



2014 bayi toplantısı İzmir'de yapıldı: Müşterilerin hizmetlerden memnuniyet oranı yüzde 99

Otto Zenith'e memnuniyet onayı

Otto Zenith 2014 yılı bayi toplantısında 2013 yılı değerlendirildi. Ottozenith müşteri hizmetlerinin 2013 yılında Türkiye'de hizmet verdiği tüm müşterileriyle yaptığı anket sonuçlarına göre müşteri memnuniyet oranı yüzde 99 olurken kurumsal güven oranı da yüzde 95 olarak gerçekleşti.

OTTO ZENITH'İN, 2013 yılını değerlendirdiği, gelecek yılın hedef ve politikalarını belirlediği "2014 Bayi Toplantısı" geçtiğimiz günlerde İzmir Anemon Otel'deki iki günlük bir kamp ile gerçekleştirildi. Toplantının ana başlığı, Otto Zenith müşteri hizmetlerinin 2013 yılında Türkiye genelinde hizmet verdiği tüm müşterilerine hizmet sürecinde ve hizmet sonrası yaptığı iletişim çalışmaları ve anketlerle ortaya çıkan yüzde 99.08 oranında müşteri memnuniyeti sağlama başarısı oldu.

Toplantıda ayrıca; Otto Zenith'in müşterileriyle yaptığı hizmet kalitesi anket iletişimlerinden çıkan değerlendirmeleri ve analizleri çalıştığı sigorta şirketleriyle de düzenli aralıklarla yaptığı toplantılarda sunmaya devam ederek şeffaf politikalarına devam edecekleri belirtildi. Gerçekleştirilen analiz ve değerlendirmelerle ülke çapında yaygın bayi ağı ve standart hizmet sunabilen Otto Zenith yöneticileri, sektöre önderlik eden firma imajını 2014'te de geliştirerek sürdürmeye kararlı olduklarının altını çizdiler.

'TRAMER KAYDINA OTTO ZENITH SEÇENEĞİ'

Toplantıda gündeme gelen bir diğer konuysa, 2013 yılında otomobil tüketicilerinin kazadan doğan hasar onarımlarında, "TRAMER kaydı" açtırıp açtırmama sorunuydu. TRAMER kaydı açtırarak hasarsızlıklarını bozup kasko ve trafik primlerinde yüksek bedellerle karşılaşmak istemeyen tüketicilerin, hasarlarını kendileri ödeyerek servis alma yönündeki eğilimin dikkat çekici olduğu vurgulanan toplantıda, bu gibi durumlarda yaygın hizmet ağı, yüksek hizmet standartları, güvenilirlik, fiyat politikası ve marka bilinirliğinden dolayı Otto Zenith'in tercih sebebi olduğu ve 2014 yılında bunun gibi perakende müşteri kitlesinin daha da artacağı belirtildi.

Otto Zenith kuruluş vizyon ve ilkelerinden biri olan uygun fiyat politikasının; hasar ve gereksinimlerin doğru tespiti, doğru temin, olanakların ve zamanın doğru kullanılması ile ortaya çıkan düşük maliyetin tüketiciye yansıtılmasıyla sunulmasının asla ucuz fiyat politikası ile karıştırılmaması gerektiği dile getirilen toplantıda, 2014 yılında da yaygın bayi ağından doğan alım gücü, kaynakları ve iş gücü doğru değerlendirilerek 2013 yılında olduğu gibi uygun fiyat politikasından taviz verilmeden devam edileceği dile getirildi.

OTTO ZENITH'E TÜKETİCİ TAM NOT VERDİ

Toplantıda, kurulduğu günden bu yana kurumsallığı ile sektörde marka olma yolunda attığı adımlar ve çalışmalar ile marka değerini hızla artıran Otto Zenith'in, 2013 yılında hizmet sonrası yapılan anket çalışmalarında tüketicilerine sorduğu "Otto Zenith kurumsallığı sizi tatmin etti mi?" sorusuna, yüzde 95 oranında aldığı evet yanıtı ile kurumsallık ve marka olma yolundaki çalışmalarının tüketici tarafından da onaylandığının bir kanıtı olduğu belirtildi. Bu haklı gurur ve başarının birer parçası oldukları için tüm bayi ve çalışanlarına emekleri ve katkıları için teşekkür edildi.

Toplantıda, sigorta şirketleri ve müşterilerinin 2013'te Otto Zenith'i tercih etmelerinin başlıca sebeplerinden olan, sigorta şirketlerinin memnuniyetle benimsediği Otto Zenith çalışma modelinin, 2014 yılında da hizmet kalitesini koruyarak ve artırarak, bayi ağında sağlam ve doğru artışlarla büyümeye devam edeceği, otomobillerin orijinalliğini bozmadan sunulan "Garantili Hizmet" anlayışından en ufak taviz vermeden hizmetlerine devam edeceği belirtildi.



İki gün süren OttoZenith bayi toplantısında konuşma yapan OttoZenith Kurucu Başkanı Mehmet Döleneken, Otto Zenith müşterilerine verilen hizmet kalitesinin çok yüksek olduğunu ve müşteri memnuniyetinin yüzde 99 olduğunu belirterek bundan gurur duyduklarını belirtti.

2014 hedeflerinin de bayilerle paylaşıldığı toplantı, son gün düzenlenen gala yemeğinde, farklı kategorilerdeki değerlendirmelerle belirlenen yılın EN'lerine kazandıkları ödüllerin dağıtılmasıyla tamamlandı.

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



Otto Zenith - Sompo Japan Sigorta işbirliği

Otto Zenith, Sompo Japan Sigorta genel müdürlük hasar birimi çalışanları ve saha sorumluları ile geçtiğimiz yıl ilkini gerçekleştirdiği "Özel Onarım Uygulamaları Teknikleri" seminerinin ikincisini 5 Nisan 2014 tarihinde gerçekleştirdi.

Seminer, sigorta şirketi saha görevlilerinin hasar onarım servisleri ve müşterileri üçgeninde yaşanan sıkıntı ve sorunlar hakkında görsel ve uygulamalı sunumlar ile teknik bilgilerin aktarıldığı bir programdan oluştu. Uygulamalı sunumlara ağırlık verilmesi, eğitimin daha anlaşılır ve başarılı sonuçlar getirmesini sağladı.

Otto Zenith - Sompo Japan Sigorta işbirliğiyle düzenlenen, özel onarım işlemlerinin uygulamalı yapıldığı eğitim semineriyle bir ilke de imza atıldı.







Otto Zenith, "Özel Onarım Uygulamaları Teknikleri" seminerinin ikincisini Sompo Japan genel müdürlük hasar birimi çalışanları ve saha sorumluları ile gerçekleştirdi.

Sektör böyle teknik kâr görmedi:

880 MİLYON LİRA

Geçtiğimiz ay açıklanan 2013 yıl sonu teknik rakamlarına göre hayat dışı sektörde 880 milyon lira teknik kâr elde edildi. Bu kârda 2012'de 1.3 milyar lira olan trafik branşındaki zararın 654 milyon liraya düşmesi ve 61 milyon lira olan kaskodaki teknik zararın 702 milyon lira teknik kâra dönüşmesi etkili oldu.

GÜLŞAH ÖZYUVALI
gulsah@sigortacigazetesi.com.tr

Türkiye Sigorta Birliği'nin (TSB) açıkladığı verilere göre, 2012 yılında hayat dışı sigortalarda teknik olarak 567 milyon lira zarar edilmişti. 2013 yılı sonunda ise sektör hayat dışında 879 milyon liralık teknik, 768 milyon liralık da net bilanço kârı elde etti. Geçen senenin aynı döneminde ise trafikte1 milyar 285 milyon liralık zarar olurken, 2013 yılı sonunda bu zarar 654 milyon liraya geriledi.

KUR ARTIŞI KASKO VE TRAFİĞİ ETKİLEDİ

2012 yılında kasko sigortası branşında sektör genelinde karşılaşılan teknik zararınsa 2013 yılında teknik kâra döndüğü görüldü. Kaskoda 61 milyon lira teknik zarardan 702 milyon liralık kâra geçildi. Kasko branşında 2012 yılında sektörün hasar/prim oranı yaklaşık yüzde 78 seviyesindeyken, 2013 yılında 12 puan geriledi. 2014 yılında kasko branşını etkileyecek en önemli değişikliğinse döviz kurunda görülen değişiklik olacağı düşünülüyor.

Konuyla ilgili görüş bildiren Türkiye Sigorta Birliği Genel Sekreter Vekili Mehmet Kalkavan, kaskoda ortaya çıkan kârlılıkla beraber primlerin yeniden gevşemeye başladığını, dövizde de maliyetleri olumsuz yönde etkileyecek ciddi bir oynama olduğunu ifade etti. Kalkavan, döviz kurundaki değişimin trafik sigortasını da etkilediğini söyledi. Anadolu Sigorta Genel Müdürü Musa Ülken ise, döviz kurunda yaşanan değişikliklere bağlı olarak, gerek araçların piyasa rayicinde, gerekse yedek parça maliyetlerinde görülen artışlara bağlı olarak hasar maliyetlerinin artmasının beklendiğini söyledi. Ülken, "Hâlâ yürürlükte olan poliçelerin primleri belirlenirken döviz kurlarındaki bu değişimin tamamının primlere yansıtılması söz konusu olmadığından kasko branşı teknik sonucu üzerinde olumsuz yönde bir etki görülmesi muhtemeldir" dedi. Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin de aynı şekilde kur artışlarının yedek parça ve hasar maliyetlerini etkileyeceğini söyledi ve özellikle düşük yedek parça stokuyla çalışan markalarda maliyet artışlarının yaşandığını ve fiyatlara da yansıdığını belirtti. Burada kritik olan durumun artış oranı olduğunu vurgulayan Çetin, artış oranının marka bazında farklılık göstereceği gibi yılın ilk yarısına yayılarak gerçekleşmesinin de beklenebileceğini ifade etti.

Öte yandan, artan döviz kurlarının özellikle oto cam ve boya tarafında otomatik olarak maliyetlerini yüzde 10 oranında değiştirdiğini belirten Ray Sigorta İcra Kurulu üyesi Anıl Rasih Gülcen, "Geçen yılki kârı yapmak istiyorsanız yüzde 10 daha otomatik primleri eklemeniz gerekecek" dedi.

Anadolu Sigorta Genel Müdürü Musa Ülken:

Olumlu tablonun iki nedeni var

"Sigorta sektöründe oluşan olumlu tablonun iki sebebi var. Mevcut pazardaki fiyatlama sorunlarının giderilmesi ve hasar maliyetlerinin sıkı denetimi. Kaskoda hem primlerin doğru şekilde hesaplanması hem de maliyetlerin kontrolü, kârlılığı da beraberinde getirmiştir."

Sigorta sektörünün 2013'te de yükseliş trendini sürdürdüğünü belirten Anadolu Sigorta Genel Müdürü Musa Ülken, yıl sonu itibarıyla toplam prim üretiminde yüzde 22'yi aşan bir büyüme elde edildiğini ve 24 milyar 229 milyon 616 bin liralık prim üretimi gerçekleştiğini söyledi. Bunun yaklaşık 20.8 milyar liralık kısmının hayat dışı branşlardan, 3.4 milyar liralık bölümününse hayat sigortalarından elde edildiğini ifade eden Ülken, hayat dışı branşlarda yıllık büyüme oranının yüzde 21.7, hayat sigortalarında ise yüzde 25.3 olduğunu dile getirdi. Sektörde oluşan bu olumlu tablonun en önemli nedeninin mevcut pazardaki fiyatlama sorunlarının giderilmesi ve hasar maliyetlerinin sıkı denetimi olduğunu vurgulayan Ülken, "Aşırı rekabetin ve yanlış fiyatlamanın bir sonucu olarak sektörün kronik rahatsızlıklarından biri haline gelen kârsızlık problemine rağmen, Türk sigorta sektörü de hâlâ cazibesini korumaktadır. Sektörde, bir önceki yılla karşılaştırıldığında, lokomotif ürünlerden biri olan kaskoda önemli bir iyileşme sağlanmış ve bu branşta hem primlerin doğru şekilde hesaplanması hem de maliyetlerin kontrolü, kârlılığı da beraberinde getirmiştir. Diğer yandan 2013'te trafik sigortalarında fiyatların artmasına rağmen, bu branşta ilk üç çeyreğin sonunda 500 milyon liranın üzerinde zarar gerçekleşmiştir" dedi.

Trafik branşında 2012 yılında sektör genelindeki hasar/prim oranının yaklaşık yüzde 117 seviyesindeyken, 2013 yılı sonunda bu oranın 18 puan gerilediğine dikkat çeken Ülken, 2013 yılında, bir önceki yıla kıyasla ortalama primlerde görülen bir miktar artışın, bu dönem içerisinde düzenlenen poliçelerden nispeten daha olumlu teknik sonuçlar elde edilmesini sağladığını, ancak kâr edilmesinin de mümkün olmadığını söyledi. Öte yandan, kasko sigortasında sektördeki rekabet ortamının, primlerin istenen seviyeye yükseltilmesine engel teşkil etmediğini söyleyen Ülken, bununla birlikte, ortalama primde yaşanan küçük de olsa artış ve azalan hasar adetleri sonrasında, 2012 yılında kasko branşında sektör genelinde karşılaşılan teknik zararın 2013 yılında teknik kâra döndüğünü de sözlerine ekledi. Kasko branşında 2012 yılında sektörün hasar/prim oranının yaklaşık yüzde 78 seviyesindeyken 2013 yılında 12 puan gerilediğini belirten Ülken, özellikle 2012 yılında yaşanan zarar sonrasında ortalama primlerde görülen bir miktar artış ve 2013 yılında hasar frekansının olumlu seyretmesi nedeniyle, 2013 yılında hasar/prim oranında iyileşme sağlandığını dile getirdi. Ülken şunları kaydetti: "2014 yılında kasko branşını etkileyecek en önemli değişikliğin döviz kurunda görülen değişiklik olacağı düşünülmektedir. Döviz kurunda yaşanan değişikliklere bağlı olarak gerek araçların piyasa rayicinde gerekse yedek parça maliyetlerinde görülen artışlara bağlı olarak hasar maliyetlerinin artması beklenmektedir. Hâlâ yürürlükte olan poliçelerin primleri belirlenirken döviz kurlarındaki bu değişimin tamamının primlere yansıtılması söz konusu olmadığından kasko branşı teknik sonucu üzerinde olumsuz yönde bir etki görülmesi muhtemeldir" dedi.



2014 yılında otomotiv sektöründe yaşanan daralmaya bağlı olarak, oto sigortalarının da olumsuz etkilenebileceğini söyleyen Ülken, "Bunun yanı sıra kasko sigortası branşında sigortalanma oranının yüzde 25'ler seviyesinde olduğu dikkate alındığında, zaten mevcut pazarın sigortalanamadığı söylenebilir. Kasko sigortalarında 1 Nisan 2013 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren düzenlemelerin, tüketici ihtiyaçlarına göre segmente edilmiş kasko ürünlerinin oluşturulmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Böylece sigorta yaptırmayan kesime sunulacak uygun ürünlerle teminat sağlanabilecektir" şeklinde konuştu.

'YOĞUN REKABET SAĞLIKTA KÂRLILIĞI DÜŞÜRDÜ'

2013 yılı ilk 6 aylık verilere bakıldığında, sağlık sigortaları branşında yaklaşık 7.4 milyon liralık teknik zarar gerçekleştiğini ifade eden Ülken, 9'uncu ay sonu itibarıyla 76.6 milyon lira tutarında teknik kâr gerçekleştiğini ve yıl sonu itibarıyla bu tutarın 112 milyon liraya ulaştığını belirtti. Ülken ayrıca, 2012 senesinde kurumsal sağlık sigortasında kârlı sonuçların elde edilmesi sonucunda, kurumsal poliçelerin yenilenmesi sırasında yaşanan yoğun rekabetin, kurumsal portföyün 2013 yılının ilk yarısında zararlı sonuç vermesine neden olduğunu ve 2013 senesinin ikinci yarısında zarar her ne kadar kâra dönüşse de, yine aynı sebeple bir önceki yıla oranla sağlık sigortaları branşında kârlılığın düşmesine yol açtığını da sözlerine ekledi.

"Sigorta şirketlerinin büyüme politikalarının olağan bir sonucu olarak ortaya çıkan rekabet, piyasada müşterilere sunulması gerekenin çok altında primler sunulmasına sebep olduğundan, bu durum sektörün kârlılığının azalmasını beraberinde getirmiştir" diyen Ülken, son olarak yaşanan fiyat rekabetinin, geçmişte herhangi bir kârlılık yaratmadığı düşüncesinin bu durumda da geçerliliğini koruduğunu vurguladı.

Türkiye Sigorta Birliği (TSB) Genel Sekreter Vekili Mehmet Kalkavan:

Şirketler kârı görüp fiyatları düşürmemeli

Trafikteki zararı 2013'te karşılayan kaskodaki kârlılığın 2014'te kaybedilmesinden endişe edildiğini belirten Mehmet Kalkavan, 2014 yılının 2013'e kıyasla zor geçebileceğini ve eski alışkanlıklarla fiyat rekabetini artırmamak gerektiğini söyledi.

2013 teknik sonuçlarının açıklanmasının ardından Türkiye Sigorta Birliği (TSB) Genel Sekreter Vekili Mehmet Kalkavan, Sigortacı Gazetesi'ne sektörle ilgili genel değerlendirmelerde bulundu.

Yorumlarına sağlık branşıyla başlayan Kalkavan, 2012'de teknik kârın 167 milyon lira, geçen seneyse 112 milyon lira olduğunu söyledi ve böyle bir düşüşün şaşırtıcı olmadığını dile getirdi. Üç sene öncesine bakıldığında sağlıkta ciddi bir zarar olduğunu hatırlatan Kalkavan, fiyat düzeltmeleriyle o zararın giderildiğini ve kâr yazılabildiğini belirtti. Belli bir tutar üzerinde kâra ulaşıldığında, fiyat düzeltmelerinin alışkanlık haline geldiğine dikkat çeken Kalkavan, sözlerine şu şekilde devam etti: "2012 yılında karşı karşıya kalınan rekor düzeydeki zarar sonrası risk değerlendirme süreçleri bütünüyle gözden geçirildi. Bu anlamda 2013 yılı sonunda elde edilen kâr çok da şaşırtıcı değil. Sağlıkta, özellikle 2009 yılında ciddi bir zarar vardı. Ardından Birlik'in de talebiyle 2010 yılı başında Hazine bir genelge yayınladı. Bu genelge oldukça etkili oldu ve sonrasında işler bir hayli düzeldi. Sonuçta 2009 yılında hiçbir şekilde izahı olmayan primler dönüyordu, bu durum düzelmiş oldu. Genellikle grup işlerinde problemimiz vardı. Grup işlerinde de iyileşme sağlanınca sektör olarak kâra geçtik."

Sağlık kuruluşlarının uygulamalarından da bahseden Kalkavan, hastaneler tarafından portföy büyüklüğüne göre, üyelere farklı fiyatlar uygulanabildiğini dile getirdi ve şunları söyledi: "Bu durum rekabet koşullarında normal karşılansa da günün sonunda aynı gruba gidip teklif veriyorsunuz, sizin muayene ücretiniz 100 lira, benimki 150 lira örneğin... Dolayısıyla benim sizle rekabet etme şansım da ortadan kalkmış oluyor. Aynı fiyatta, aynı grupta ve aynı hizmetle, bir taraf yüzde 20 teknik kâr elde ederken, diğer taraf yüzde 20 teknik zarar elde ediyor. Çünkü bana sağlık hizmeti sağlayıcısının verdiği fiyat farklı…"

'ASIL SORUN MÜŞTERİ BAZINDA FİYATLAMA'

Müşteri bazında fiyatlamanın asıl zorluk olduğuna dikkat çeken Kalkavan, "Sağlık sigortasında çok rahatız, iyi kârımız var" düşüncesinde olmadıklarını belirtti. 110 milyon liranın yüzde 4.56 teknik kâr anlamına geldiğini söyleyen Kalkavan, yüzde 4-5 kârın da her an kaybedilebilecek bir oran olduğunu vurguladı.

Yeni sağlık sigortası genel şartlarının 23 Nisan'da devreye girdiğini, fakat yeni yönetmelik çerçevesinde halen açıklığa kavuşturulması gereken birkaç husus olduğunu belirtti. Kalkavan, "Biliyorsunuz genel şartlar birtakım yenilikler getiriyor. Sektör için de iyi olacağı kanaatindeyim. Gri alanlar vardı, onlar biraz netleşecektir" dedi.

'TAMAMLAYICI SAĞLIK İÇİN SGK ANLAŞMASI ŞART OLMAMALI'

Tamamlayıcı sağlık sigortasının arzu edilen noktaya gelebilmesi için hizmet alınan kurumun SGK'yla anlaşmalı olmasının şart olmaması gerektiğini de belirten Kalkavan, tamamlayıcı sağlığın hangi kuruma gidilirse gidilsin teminat sağlaması gerektiğini dile getirdi. Kalkavan, "Çünkü SGK'ya ciddi bir prim ödüyorum. Onun dışında bir de özel sağlık sigortasına ödüyorum. Bu iki güvencenin ortaklaşa beni her yerde tedavi ediyor olmaları lazım" dedi.

'HASARSIZIN PRİMİ UCUZLUYORSA HASARLININ PRİMİ DE ARTIRILMALI'

Sektörün trafik sigortalarında ciddi bir zararla karşı karşıya olduğunu söyleyen Kalkavan, korkulanın, bu zararı 2013 yılında karşılayan kasko branşındaki kârlılığın 2014 yılında kaybedilmesi olduğunu dile getirdi. 2013 yılında sektörün ciddi bir değişikliğe giderek düzgün bir risk değerlendirmesi yaptığını belirten Kalkavan, kaskoda ortaya çıkan kârlılıkla beraber primlerin yeniden gevşemeye başladığını, dövizde de maliyetleri olumsuz yönde etkileyecek ciddi bir oynama olduğunu ifade etti. Dövizdeki değişimin



trafik sigortasını da etkilediğini söyleyen Kalkavan, şöyle devam etti: "Bu sene prim artışı geçen seneki gibi olmayacak. Şu anki prim artışı aslında sigortalı araç sayısının artışından kaynaklanıyor. Bir de en önemlisi bu sene tarife serbest bırakıldı. Önceden en fazla yüzde 20 indirim yapabiliyordunuz. Mevzuat değişikliği ile bu sınır kaldırıldı. Bu değişiklik sonrası kaza yapmayanları artık daha ucuza sigortalıyorsanız, kaza yapmayanlardan daha az prim alıyorsanız, kaza yapanların primini de bu eksikliği telafi edecek kadar artırmanız gerekir. Kaza geçmişi iyi olmayan sürücülerin ya portföyde sayısının azaltılması ya da ödedikleri primin artırılması gerekiyor. Aksi takdirde bu durum, şirketlerin yıl sonu sonuçlarına olumsuz yansıyabilir."

Kalkavan, 2014 yılının ilk üç ayında fazla prim artışı yaşanmadığını, bu açıdan biraz daha zorlu geçeceğini de dile getirdi.

'RİZİKO TEFTİŞİ HIZLA GELİŞEN BİR İŞ KOLU'

Yangın branşında yoğun eleştiri aldıklarını söyleyen Kalkavan, 2012 yılında basına yansıyan 100'ün üzerinde büyük yangın olduğunu, 2013'te de sektörün bu anlamda sigortalı tesislerde sahip olunması gereken standartlar konusunda önceye göre çok daha hassas davranmaya başladığını ifade etti. Kalkavan konuyla ilgili sözlerini şu şekilde sürdürdü: "Özellikle riskli olarak addedebileceğimiz, çok fazla yangın olayıyla karşılaşılan risk düzeyi yüksek sektörlerde bu standartları hassasiyetle aramaya başladık. Bugüne kadar sorgusuz sualsiz teminat alabilen işletmeler, 2013'te teminat bulamayınca veya daha pahalı teminat bulur hale gelince durumdan fazlasıyla rahatsız oldular ve çeşitli ortamlarda bunu dile getirdiler. Biz de sigortacı olarak sadece tazminat ödeyerek pasif sigortacılık yapmayacağımızı; teminat vermeden önce sigortalanacak tesiste olması gereken asgari standartları kontrol edeceğimizi; bu standartlar sağlanıp tesisin risk seviyesi düşürüldükten sonra teminat vereceğimizi; diğer bir deyişle bundan böyle aktif sigortacılık yapacağımızı dile getirdik. Bu süreç sonunda yangın branşı, 2013 yılını başarılı tamamlayan dallardan biri olmuştur. Bu alanda daha gidecek çok yolumuz var; riziko teftişini çok daha etkin hale getirmemiz gerekiyor. Riziko teftişleri, sigortacılık iş ve işlemlerinde en hızlı gelişen iş kollarından da bir tanesi zaten…"

'TARIMDA GELİR SİGORTASI ZAMANLA GERÇEKLEŞECEK'

Tarım sigortalarına da değinen Kalkavan, primin yarısını devlet ödüyor olsa da, bitkisel sigortalarda yüzde 10, hayvan hayattaysa yüzde 5 sigortalılık oranı bulunduğunu belirtti. Kalkavan, bitkiselde bunun 10 katına, hayvan hayattaysa 20 katına gidilebilecek bir potansiyel olduğuna dikkat çekti. Poliçelerin de önemli bir kısmının kredi karşılığında yaptırılan sigortalara ait olduğunu vurgulayan Kalkavan, bu anlamda istenilen seviyeye ulaşılamadığını söyledi. Kalkavan, "Ama birtakım yapısal sorunlar da var. Mesela bugün itibarıyla gelir sigortası yapılamaması bu yapısal sorunlardan kaynaklanmaktadır; çiftçinin tarlasından ne kadar gelir elde ettiğini sağlıklı olarak bilemiyoruz. Tarım Bakanlığı'nın ciddi projeleri var, bu projeler tamamlandıktan sonra, artık çiftçinin mahsulünden ziyade, o tarladan yılda ne kadar gelir elde ettiğine göre sigortalayabileceğiz. Bunu başardığımızda çiftçimizin tarım sigortasına olan güveni pekişecek, sisteme olan inancı azami seviyelere çıkabilecektir. Zamanla bunu başaracağımızı düşünüyoruz. Bir de bizim en büyük sorunumuz, tarlalarımız çok küçük, aileler arasında bölünmüş durumda. Yurtdışında tarlalar çok çok büyük. Bu açıdan asıl toprak tarafında bir değişime ihtiyacımız var" dedi.

'BİREYSEL EMEKLİLİKTE TAM KÂRA GEÇİLİYORDU Kİ...'

İki üç sene öncesine kadar bireysel emeklilikte kâr olmadığını söyleyen Kalkavan, konuyla ilgili şu şekilde konuştu: "Bir bireysel emeklilik şirketi kurulduktan sonra belli bir fon büyüklüğüne, belli bir katılımcı sayısına ulaşmadan kâr edemiyor. Emeklilik şirketlerinin '7-8 sene gibi bir süre sonunda normal bir büyümeyle başa baş noktasını yakalayıp kâra geçeriz' şeklinde bir öngörüsü vardı. Tam kâra geçildiğinde ise sistem değişti ve 2013 yılı itibarıyla devlet katkısı modeline geçildi. Yeni kurguda kesintiler yeniden düzenlendi, önemli oranda düşürüldü. Böyle olunca başa baş noktasını yakalayan emeklilik şirketleri tekrar zarar yazmaya başladı. Bu sene ve önümüzdeki yıl da bu durum yaşanmaya devam edecektir muhtemelen. Önceden kâr elde etmek için ihtiyaç duyulan fon büyüklüğünden daha büyük fonlara ihtiyacımız var yeni düzenlemede. Biz devamlı olarak gerek tasarrufların ülkemiz için sahip olduğu ekonomik ve stratejik önem ve gerek üyemiz emeklilik şirketleri için taşıdığı önem dolayısıyla bireysel emeklilik tarafını nasıl büyütürüz, onun peşindeyiz."

'HESAPLAMALAR STANDART GERÇEKLEŞMELİ'

Trafik sigortasıyla ilgili düzenlemelere de ihtiyaç olduğunu söyleyen Kalkavan, destekten yoksun kalma tazminatından örnek verilirse, herkesin farklı hesaplamalar yaptığını, oysa kim hesaplarsa hesaplasın, nerede hesaplarsa hesaplasın, aynı tazminat tutarına ulaşması gerektiğini söyledi. Hesaplamanın standartlaşması gerektiğine dikkat çeken Kalkavan, gelişmiş ülkelerin bu sorununu standart yöntemler üreterek aştıklarını da sözlerine ekledi.

Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin:

Daha olumlu sonuçlar için adım atılmalı

"Trafik branşında daha da büyük bir iyileşme yaşanabilmesi için bazı konulara yoğunlaşılması gerekiyor. Sektör, yedek parça sertifikasyonu, ölüm tazminatlarında yaşanan suistimaller, sürücü kusurlarına ilişkin düzenlemede revizyon, sigorta konulu davalar için ihtisas mahkemeleri gibi konularda yeni adımlar atılmasına ihtiyaç duyuyor."

2013 yılında büyük üretimli branşların teknik kârlılık yönünden olumlu bir gelişim gösterdiğini belirten Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin, büyük üretimli branşların teknik gelirlerini teknik giderlerine göre daha fazla artırarak teknik kârlarını yükselttiğini söyledi. Teknik gelirler yüzde 25 artarken teknik giderlerin yalnızca yüzde 12 arttığını ifade eden Çetin, teknik denge kârlılık oranının yüzde -4'lerden yüzde 4'lere çıktığını da sözlerine ekledi. Çetin kısaca, "Sektör her 100 lira primde 4 lira zarar ederken, 4 lira kâr elde ediyor hale geldi. Tabii bu genel yapıda branşların da ayrı ayrı etkileri oldu" şeklinde konuştu.

Trafik zararlarının geçmiş yıla göre 1.3 milyar liradan 654 milyon liraya düştüğüne de dikkat çeken Çetin, 2012 ve 2013'ün trafik branşı için şirketlerin tablolarını düzenleme yılı olduğunu söyledi.

Öte yandan, sektörün lokomotiflerinden olan kasko ve yangın branşlarında da teknik kârların yükseldiğini belirten Çetin, kaskoda 61 milyon lira teknik zarardan 702 milyon lira kâra geçildiğini ifade etti. Çetin ayrıca, yangın üretiminin yüzde 24 artarken teknik kârın 83.8 milyon liradan 251 milyon liraya yükseldiğini de sözlerine ekledi.

'KASKOYA YOĞUN MESAİ HARCANIYOR'

Bunların yanı sıra, 2013 yılında sektörün trafik zararında önemli bir iyileşme görüldüğünü vurgulayan Çetin, "Daha da büyük bir iyileşme yaşayabilmek için sektör yedek parça sertifikasyonu, ölüm tazminatlarında yaşanan suistimaller, sürücü kusurlarına ilişkin düzenlemede revizyon, sigorta konulu davalar için ihtisas mahkemeleri gibi konularda yeni adımlar atılmasına ihtiyaç duyuyor. Trafik sigortaları sektörümüzün en çok zarar ettiği branş. Buna neden olan tüm noktaları çözüme kavuşturacak çalışmaların hızla yapılması gerekiyor" şeklinde konuştu.

Sektörün kaskoda kâr için oldukça yoğun bir mesai harcadığını da dile getiren Çetin, tarife yönetimine ve risk kabule daha çok önem vermeye başladığını belirtti. Çetin, konuyla ilgili sözlerine şu şekilde devam etti: "Ayrıca kaza oranlarının düşmesi, kasko hasar maliyetleri konusunda şirketlerin daha konsantre olarak farklı uygulamalar geliştirmesi (parça tedarikinin yaygınlaşması gibi), şirketlerin raporlama ve analiz becerilerini artırmasının da kasko sonuçlarının iyileşmesinde belirleyici faktör olduğunu düşünüyorum. Kasko üretimlerinin artış hızına oranla tazminat ödeme ve muallak karşılık artış hızı düşük kalınca, teknik zarar kapanıp yüksek kârlılık görüldü."

Diğer taraftan, sağlık branşının yüzde 10 artışla sektör ortalamasının altında kaldığını, hatta medikal enflasyon oranı da dikkate alındığında üretim artışının da yeterince gerçekleşmediğini söyleyen Çetin, "Prime göre ödeme ve genel gider oranlarının yüksek olması, kur fiyatlandırmasından dolayı meydana gelen maliyet artışları, sigortalılık sürelerinin uzaması ve yeni iş üretiminin istenilen düzeyde gerçekleşmemesinin teknik kârlılık oranının 3 puan düşmesine sebep oldu" dedi.

Kur artışlarının yedek parça ve hasar maliyetlerini etkileyeceğini söyleyen Çetin, özellikle düşük yedek parça stokuyla çalışan markalarda maliyet artışlarının yaşandığını ve fiyatlara da yansıdığını belirtti. Burada kritik olan durumun artış oranı olduğunu vurgulayan Çetin, artış oranının marka bazında farklılık göstereceği gibi yılın ilk yarısına yayılarak gerçekleşmesinin de beklenebileceğini ifade etti.

Bu gibi dönemlerde maliyet artışlarından korunmanın önemine değinen Çetin, konuyla ilgili sözlerini şu şekilde sürdürdü: "Sıfır araç satışlarındaki düşüşün fiyat rekabeti üzerinde yaratacağı baskı nedeniyle, sektörün maliyet artışlarını fiyatlara yeterince yansıtabilmesi mümkün olmayacaktır. Bu nedenle kârlılıktan ödün verilemeyeceğinden hasar maliyet yönetimine ciddi şekilde odaklanılması gerekiyor. Maliyetleri kontrol altında tutmanın en önemli yolu ise parça-işçilik maliyet dengesini işçilik yönüne kaydırmaktan geçiyor. Ayrıca onarım merkezlerinin verimli çalıştırılması, şirketlerin servis ağını iş ortağı haline dönüştürmesi de son derece önemli. Hasar yönetim süreçlerinin iyileştirilmesi, süreç inovasyonları, 'fraud management' gibi odak alanları üzerine her zamankinden daha fazla yoğunlaşmak, maliyet artış etkilerini kabul edilebilir seviyeye çekecektir."

Öte yandan sektörün yılın ilk iki ayında araç satışlarındaki düşüşün etkilerini fazla hissetmediğini dile getiren Çetin, "Aralık 2013'te yetişmeyen araç teslimlerinin bu dönemde yapılması, 2014 model araç satışlarındaki durağanlığının görülmesini mart ayına erteledi. Bu dönemden sonra sıfır araç satışlarındaki düşüşün oto sigortaları pastasının büyümesini de etkileyeceğini düşünüyorum. Sıfır araç satışlarındaki azalma, şirketlerin satış kanalının çeşitliliğine de bağlı olarak farklı oranlarda üretim kaybına neden olabilir" diyerek sözlerini tamamladı.



Ray Sigorta İcra Kurulu Üyesi ve Satış Direktörü Anıl Rasih Gülcen:

Ticari kuruluş olduğumuz unutulmamalı

"Trafik sigortalarında kârlılığı yakalayabilmek için sigorta profesyonellerinin bildiği fakat pazar payı endişesiyle uygulanamayan tüm çözümlerin uygulanması gereklidir. Trafik sigortalarında sigorta şirketlerinin de ticari birer kuruluş olduklarını unutmadan hareket edilmesi gerekiyor."

2013 yılı sonunda gerçekleşen olumlu trend ve kârlılık hakkında görüşlerini bildiren Ray Sigorta İcra Kurulu üyesi Anıl Rasih Gülcen, bu olumlu tabloyu iki sebebe bağladığını belirtti. Birinci sebebi kasko sigortalarında kârlılıklarının artması olarak değerlendiren Gülcen, ikinci sebebiyse şu şekilde belirtti: "2013 yılında trafik sigortalarında primler olması gereken noktaya yaklaşmaya başladı. Bu da şirketlerin bilançolarında iyileşmeye neden oldu. Sektörün uzun yıllardır sorun yaşadığı trafik poliçelerinde primlerinin çok ciddi artması nedeniyle bir evvelki yıla göre zararın azalmasına etki etti."

Gülcen, trafik sigortalarında devam eden zarar konusundaysa görüşünü şu şekilde açıkladı: "Trafikteki zarar, eğer sermayedar bu zararlara katlanmaya hazırsa ilelebet devam edebilir. Ama ben sermayedarların artık bu zararı kaldırabileceğine inanmıyorum. Bu branşın teknik sonuçlarının iyileşmesi için sigorta profesyonellerinin bildiği fakat pazar payı endişesi nedeniyle uygulamadığı bilinen yöntemlerin uygulanmasına ihtiyaç var. Ama tabii rekabet, pazar payı endişesi sigorta şirketlerini çok ciddi etkiliyor. Bu nedenle de şirketler istemeseler de bazı branşlarda fiyat bazlı rekabete ağırlık veriyorlar. Tabii bu da zararların sürmesine neden oluyor."

Öte yandan trafik sigortalarına yönelik yapılması beklenen bazı düzenlemelerin sektörü bu branşta kâra dönüştürmesi hakkında da düşüncelerini aktaran Gülcen, Hazine tarafına bakıldığında, tüketici tarafının korunmak zorunda olduğunu söyledi. Tüketicilerin korunduğu noktada kuvvetler ayrılığı prensibiyle diğer tarafın sıkıntıya düştüğünü ifade eden Gülcen, iki tarafın da değerlendirilip, birlikte karar verildiği sürece bu branşta kârlılık olacağını, ancak tek taraflı olursa sigorta şirketleri için yararlı olmayacağını vurguladı.

'SÜRÜCÜLER BİLİNÇLENDİ'

Kaskoda kârlılığın artmasının birçok sebebi olduğunu belirten Gülcen, "Bunlardan biri ortalama primin artması, ikincisi Türkiye'de risk seçimi gerçekten artık üst noktaya çıkmış olması. Özellikle zarar yazan grupları tüm sigorta şirketleri hemen hemen zarar ettikleri noktada fiyatlarını en üst seviyeye çıkarıp, bazı yerlerde bu risklere girmeme kararı alıyorlar. Türkiye'de trafikte, kara yollarında sürücülerin daha bilinçlenmesi gerçekten etkili oldu. Bu sayede büyük ve ölümcül hasarların birazcık da olsa önüne geçildi. Şu da bir gerçek ki, hasar yapan müşterilerin primleri bir sonraki dönemde ciddi arttı. Bunu gören kişiler kaza tutanakları da dahil kendileri lehine nasıl değişebilir veya ertesi sene daha çok prim öderim düşüncesiyle daha dikkatli olmaya başladılar. Bunun yanında hasar maliyetleri de geri çekildi tabii" dedi.

Sağlık tarafındaysa primleri büyüdüğünü söyleyen Gülcen, "Önümüzdeki dönem boyunca tamamlayıcı sağlık sigortasının bu duruma etkisi olacak" şeklinde konuştu.

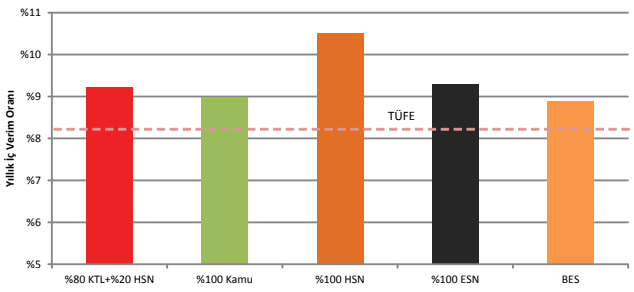
Öte yandan, artan döviz kurlarının yedek parça ve hasar maliyetlerini son 1-2 ay içinde etkilediğini söyleyen Gülcen, özellikle oto cam ve boya tarafında otomatik olarak maliyetlerini yüzde 10 oranında değiştirdiğini ifade etti ve "Geçen yıl yapılan kârı elde etmek istiyorsanız yüzde 10 daha otomatik primleri eklemeniz gerekecek" dedi.



BES FON GELİŞİMİ SAYFALARI ADENDUM AKTÜERYA EMEKLİLİK DANIŞMANLIK - SİGORTACI GAZETESİ İŞBİRLİĞİYLE HAZIRLANMAKTADIR.

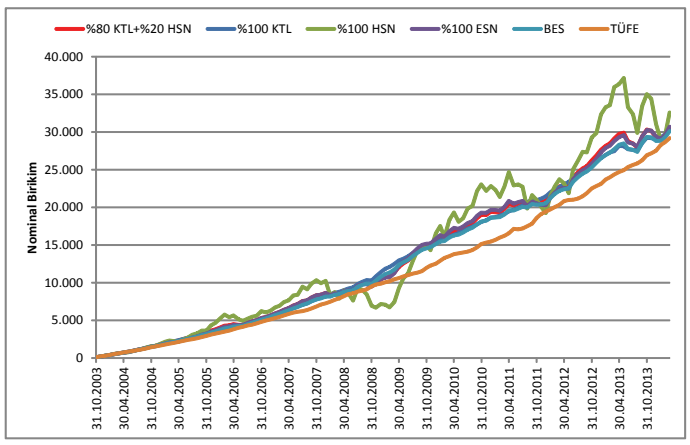
Hisse fonları tekrar yükselişte

31.10.2003-31.03.2014 Adendum BES Getiri Endeksi (BGX)



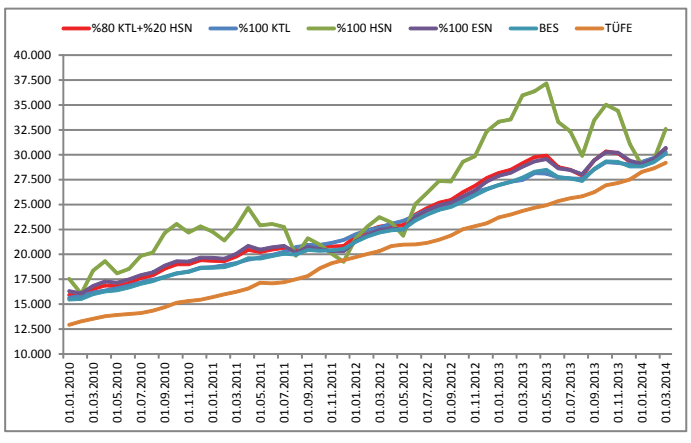
Yukarıda, 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 yönetim gider kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 yönetim gider kesintisiyle yatırıma yönlenen tutarların 31.10.2003-31.03.2014 tarihleri arasında elde ettikleri Adendum BES Getiri Endeksi (BGX) verilmektedir. Yatırım tutarı her ayın enflasyon oranıyla artırılmıştır. TÜFE ise 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 %8,89 BGX elde etmiştir. Sadece Hisse Senedi fonuna yatırım yapanların ise %10,52 BGX elde ettikleri görülmektedir.

31.10.2003-31.03.2014 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 31.10.2003-31.03.2014 tarihleri arasında elde ettikleri Adendum BES Birikim Endeksi (BBX) verilmektedir. Yatırım tutarı her ayın enflasyon oranıyla artırılmıştır. TÜFE ise 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, 31.03.2014 tarihinde BES ortalama fiyatlarıyla 30.107 TL birikime, enflasyon korumalı bir araçla ise 29.190 TL birikime ulaşmaktadır.

31.10.2003-31.03.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX) (2010-2014 gelişimi)



Aynı endeksin 2010-2014 yılları arasındaki seyrine bakıldığında, BES ortalama 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 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 Mart ayında yüzde 9,86 artış gerçekleşti. Hisse senedi fonlarında Aralık 2013 ve Ocak 2014 dönemlerinde sert düşüşler yaşanmıştı. Aynı dönemde BİST – 100 endeksindeki artış yüzde 11,48 seviyesinde oldu. Türk Lirası Cinsinden Kamu Borçlanma Senetlerinde yüzde 1,17'lik artış gerçekleşti. Yabancı Para Cinsinden Borçlanma Senetlerinde yüzde 1,14 azalış görülürken, Uluslararası Borçlanma Senetlerindeki azalış ise yüzde 3,05 olarak gerçekleşti. Tüketici Fiyat Endeksinde 2014 Mart ayında yüzde 1,13 artış kaydedildi.

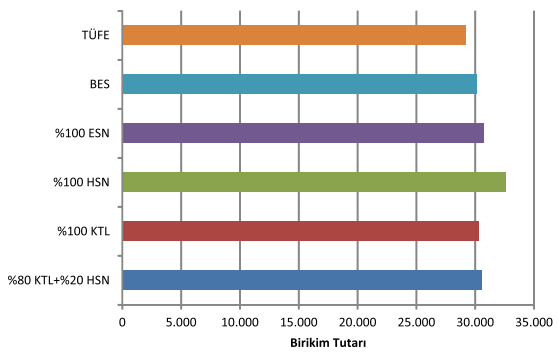
ADENDUM BES GETİRİ ENDEKSİ (BGX)

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-yüzde 2 arasında yönetim gider kesintisi yapılacağı varsayılır.

ADENDUM BES BİRİKİM ENDEKSİ (BBX)

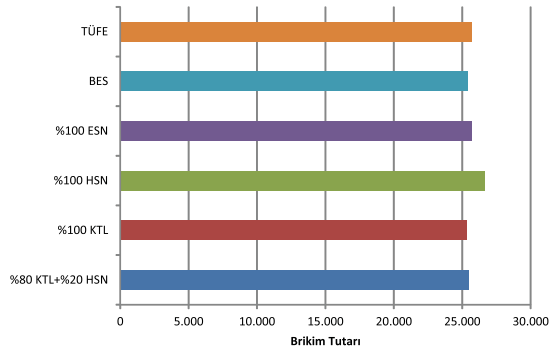
Bu endeks, 31.10.2003 tarihinden itibaren sistemde olan ve düzenli olarak yatırım yapan bir kişinin bugünkü birikimini bulmak üzere hazırlanmıştır. Katılımcının 31.10.2003 tarihinde 100 lira yatırarak sisteme girdiği ve her ay katkı payını TÜFE oranında artırdığı varsayılmıştır. Katılımcı her ay, ay 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.

31.10.2003-31.03.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



Yandaki grafik 31.10.2003-31.03.2014 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 31.03.2014 tarihinde 30.107 TL'ye ulaşmıştır. Bu kişi Mart 2014 döneminde Bireysel Emeklilik Sistemi'ne 232 TL katkıda bulunmuştur.

31.01.2005-31.03.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



Yandaki grafik sisteme 31.01.2005 tarihinde dahil olup 31.03.2014 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. 2005 yılından bu yana Hisse Senedi fonlarına yatırım yapan bir katılımcının 31.03.2014 tarihinde 26.657 TL Adendum BES Birikim Endeksi ile en kârlı yatırımcı olduğu görülmektedir.

Fon işletim gider kesintisi nasıl yapılacak?

Sermaye Piyasası Kurulu, emeklilik yatırım fonlarının kuruluş, kayda alma ve faaliyet esasları ile ilgili olarak sektöre fon işletim gider kesintisinin nasıl yapılacağı hakkında görüşler verdi. Kurul'un görüşüne göre, fon işletim gideri hesaplamasında kullanılacak fon toplam değer matrahına 5/100.005 kesinti oranının uygulanması gerekiyor.



BİR emeklilik yatırım fonu için fon içtüzüğünde belirlenmiş olan günlük fon işletim gideri kesintisi oranı esas alınarak fon toplam değer matrahına kesinti uygulanıyor ve nihai fon toplam değerine ulaşılıyor. Ancak yapılan kesinti tutarı ile nihai fon toplam değeri karşılaştırıldığında içtüzükte belirlenen orandan yüksek bir kesinti oranı karşımıza çıkmakta. Bu noktada, Sermaye Piyasası Kurulu'nun emeklilik yatırım fonlarının kuruluş, kayda alma ve faaliyet esasları ile ilgili olarak sektöre verdiği görüşlerden biri de fon işletim gider kesintisinin nasıl yapılacağı hakkında. Örnek bir fon için günlük fon işletim gider kesintisinin 5/100.000 olduğunu kabul edersek, Kurul'un görüşüne göre yapılması gereken, fon işletim gideri hesaplamasında kullanılacak fon toplam değer matrahına 5/100.005 kesinti oranının uygulanmasıdır. Bu oran uygulanırsa, hesaplama sonunda bulunacak fon işletim gideri kesintisi nihai fon toplam değerinin tam olarak 5/100.000'i olacaktır.

İNGİLTERE EMEKLİLİK SİSTEMİNDE ÖNEMLİ DEĞİŞİKLİKLER

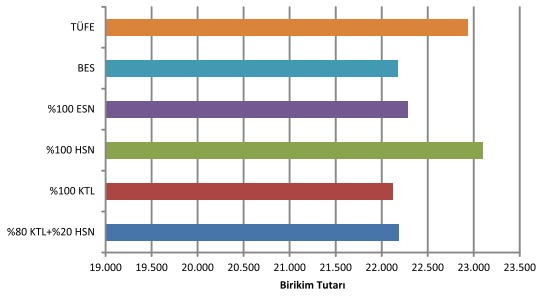
İngiltere Maliye Bakanı'nın bütçe görüşmeleri kapsamında sunduğu değişiklik önerisine göre yüzde 25'lik istisna devam etmek kaydıyla, Nisan 2015'ten itibaren 55 yaş ve üstündeki bireyler birikimlerini toplu olarak çekmeleri halinde vergilendirme sadece getiriler üzerinden ve yüzde 0 ile yüzde 45 arasında farklılaştırılmış şekilde tahsil edilecek. Halihazırda, katılımcılar birikimlerinin yüzde 25'ine kadarını vergi ödemeden toplu olarak alabilmekteler. Kalan tutarı toplu olarak almak istediklerinde yüzde 55 vergi ödemek durumundalar.

Bunun yanında, 27 Mart 2014'ten itibaren geçerli olan ve sistemde yer alan 400 binin üzerinde katılımcıyı ilgilendiren bazı önemli değişiklikler de söz konusu. Tüm bu değişiklikler genel olarak, emeklilik birikiminin daha serbest kullanılmasını sağlamaya yönelik olarak değerlendirilmekte.

Emeklilik Şirketi	Katılımcı Sayısı	Katılımcıların Fon Tutarı (TL)
Aegon Emeklilik ve Hayat	45.552	133.662.153
Allianz Hayat ve Emeklilik	89.733	941.919.518
Allianz Yaşam ve Emeklilik	495.009	4.247.543.909
Anadolu Hayat Emeklilik	765.739	5.459.172.389
Asya Emeklilik ve Hayat	202.519	257.327.388
Avivasa Emeklilik ve Hayat	650.526	5.164.956.821
Axa Hayat ve Emeklilik	10.870	38.240.393
BNP Paribas Cardif Emeklilik	148.846	1.058.516.868
Cigna Finans Emeklilik ve Hayat	108.476	354.527.985

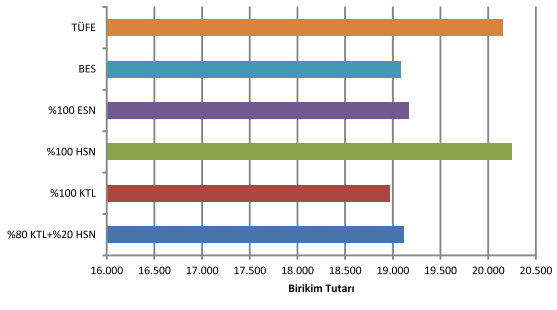
Emeklilik Şirketi	Katılımcı Sayısı	Katılımcıların Fon Tutarı (TL)
Ergo Emeklilik ve Hayat	40.156	148.226.080
Fiba Emeklilik ve Hayat	904	8.631.085
Garanti Emeklilik ve Hayat	806.023	4.399.625.078
Groupama Emeklilik	76.946	718.849.424
Halk Hayat ve Emeklilik	161.080	390.290.566
ING Emeklilik	247.102	1.421.539.354
Metlife Emeklilik ve Hayat	132.842	394.724.746
Vakıf Emeklilik	300.316	1.758.286.014
Ziraat Hayat ve Emeklilik	152.663	438.917.214
Sektör Toplamı	**4.435.302**	**27.334.956.983**

31.01.2006-31.03.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



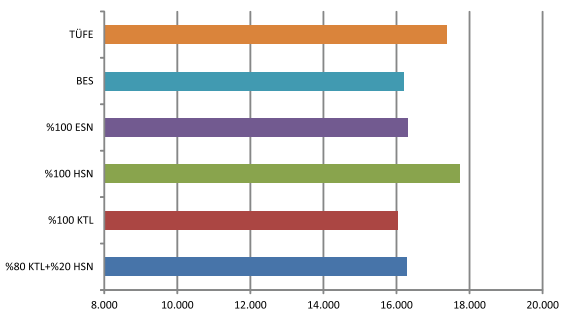
Yandaki grafik sisteme 31.01.2006 tarihinde dahil olup 31.03.2014 tarihine kadar Bireysel Emeklilik Sistemi'nde değişik fon karmalarına düzenli ödeme yapmış olan katılımcıların, dönem sonunda elde ettikleri birikimleri göstermektedir. Yatırılan tutarlardan (TÜFE) hariç 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 Yönetim Gider Kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 Yönetim Gider Kesintisi yapılmıştır. 2006 yılından bu yana Hisse Senedi fonlarına yatırım yapan bir katılımcının 31.03.2014 tarihinde 23.102 TL Adendum BES Birikim Endeksi'ne ulaştığı görülmektedir.

31.01.2007-31.03.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)

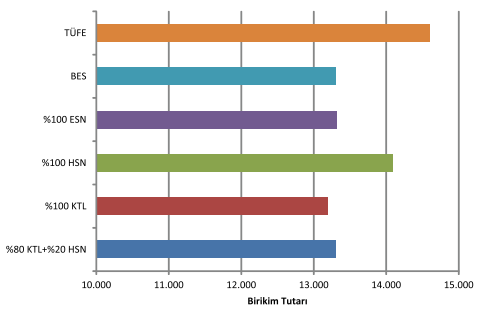


Yandaki grafik sisteme 2007 yılı başında dahil olup 31.03.2014 tarihine kadar Bireysel Emeklilik Sistemi'nde değişik fon karmalarına düzenli ödeme yapmış olan katılımcıların, dönem sonunda elde ettikleri birikimleri göstermektedir. Yatırılan tutarlardan (TÜFE) hariç 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 Yönetim Gider Kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 Yönetim Gider Kesintisi yapılmıştır. Sürekli Hisse Senedi fonlarına yatırım yapan bir katılımcının 31.03.2014 tarihinde 20.244 TL BBX elde ettiği görülmektedir. Sadece kamu borçlanma araçlarına yatırım yapan bir yatırımcı ise 18.972 TL BBX'e sahip olmaktadır.

31.01.2008-31.03.2014 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



30.01.2009-31.03.2014 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.

TÜSAF'tan olağanüstü genel kurul toplantısı:

TÜSAF'ın gündeminde tüzük değişiklikleri vardı

TÜSAF'ın, 22 Nisan'da Ankara Ticaret Odası'nda gerçekleştirdiği olağanüstü genel kurul toplantısında tüzük değişiklikleri gündemdeydi. Bazı maddelerin değişmesine dair öneriler reddedilirken, yönetim kurulu üyelerinin sayısı 11 kişiden 15'e çıkarıldı.

TÜSAF, 22 Nisan Salı günü Ankara Ticaret Odası'nda olağanüstü genel kurul toplantısını gerçekleştirdi. Toplantıya TÜSAF üyeleri dışında SAB Başkanı Doğan Şen, PASAD Başkanı Necmi Üze, SADER Başkanı Kemal Gazioğlu, TÜSİAR Başkanı Binnur Aktaş konuk olarak katıldı. Sadece tüzük değişikliği içeren genel kurul toplantısında değiştirilmesi istenen bir konu TÜSAF'a üyelik koşulları oldu. Buna göre, TOBB bünyesinde levhaya kayıtlı bin ve üzerinde sigorta acentesinin faaliyet gösterdiği illerden birden fazla dernek TÜSAF Yönetim Kurulu'nun oy çokluğuyla alacağı kararla TÜSAF'a üye olabilecekti. Ancak bu madde, 82 kabul 62 ret oyu ile 2/3 çoğunluk sağlanamadığı için kabul edilmedi.

TÜSAF Genel Kurulu'nun kuruluş şeklini belirleyen maddenin değiştirilmesi de reddedilen bir diğer öneriydi. SAİK seçimlerinde olduğu gibi her derneğin üç kişiyle temsil edilmesi ve derneğin kayıtlı her 50 üyesi için bir delege hakkı olması TÜSAf yönetimi tarafından önerildi, ancak bu öneri dinlenmeden maddenin mevcut haliyle kalması üzerinde ısrar edildi. Yönetim kurulu üye sayısı 11 kişiden 15 kişiye çıkarıldı. Bu değişiklik, yüksek katılımın sağlanması ve herkesin fikirlerini bu platformda tartışıp ortak paydada buluşarak, tek sesliliği sağlamak amacıyla yapıldı.

TÜSAF ve Global Akademi'den iş sağlığı ve güvenliği anlaşması

4 Nisan tarihinde TÜSAF Başkanı Hüseyin Kasap ve Global Akademi Genel Müdürü Kenan Akbulut tarafından iş sağlığı ve güvenliği belgelendirme anlaşması imzalandı. Sigorta acentelerine, az tehlikeli sınıfta yer alan işletmeler için 4857 Sayılı İş Kanunu, 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ve İş Sağlığı ve İş Güvenliği Yönetmeliği ve diğer ilgili mevzuat gereği yapılacak işçi sağlığı ve iş güvenliği konusundaki hizmetler için;

-Risk Analizi, Acil Eylem Planı, Temel İş Güvenliği eğitimi için işletme başına 100 lira

-Sağlık hizmetleri (periyodik muayene, akciğer, odyo, SFT) çalışan başına 20 lira olacak şekilde hizmet anlaşması yapıldı.

Yapılan anlaşmaya göre Türkiye'deki tüm acenteler, Global Akademi'nin bu hizmetinden yararlanacak.



SAİK'in nisan ayı toplantısı Ankara'da yapıldı

Sigorta Acenteleri İcra Komitesi (SAİK), nisan ayı toplantısını Ankara'da gerçekleştirdi. SAİK üyelerinin tamamının katılımıyla Birlik Merkezi'nde gerçekleştirilen toplantıda; Sigorta Acenteleri İl Delegelerinin kontrolör olarak görevlendirilmesi, sigorta acentelerine verilecek kimlik kartı, sigorta acenteleri tarafından Mali Suçlar Araştırma Kurulu'na (MASAK) intikal ettirilen bilgilendirme formları, levha kaydı olmadan sigorta acenteliği faaliyetinde bulunan kişilerin yasal takibi, müdürü olmayan veya tedvir müdür görevlendirme süresi sona ermiş sigorta acenteleri, banka ve otomotiv satış firmalarının, kredi veya araç satışına konu sigorta işlemleriyle İcra Komitesi'ne intikal ettirilen şikayet ve müracaatların değerlendirilmesi ve disiplin işlemleri gündeme geldi.

Sigorta Acenteleri Yönetmeliği uzun bir bekleyişin ardından yayınlandı

Acente olmak için gereken deneyim süreleri kısaltıldı

Sigorta Acenteleri Yönetmeliği 22 Nisan tarihinde Resmi Gazete'de yayınlandı. Acentelerin uzun zamandır beklediği yönetmeliğe göre, mesleki deneyim şartı için gereken sürelerde azaltmaya gidiliyor. Yönetmelikte ayrıca, acentelerle sigorta şirketleri arasında düzenlenecek olan acentelik sözleşmesinin şartları da belirtiliyor.

Acentelerin uzun süredir beklediği Sigorta Acenteleri Yönetmeliği 22 Nisan tarihinde Resmi Gazete'de yayınlandı. Yönetmeliğe göre, teknik personelin mesleki deneyim süresinde öğrenim düzeylerine göre farklılığa gidildi. Örneğin lise mezunlarında 2 yıl olan süre 1 yıla düşürülürken, meslek lisesi sigortacılık bölümü mezunlarında da bu süre 6 ay olarak belirlendi. Lise mezunu olup, TOBB'un düzenlediği UMEM kursları gibi kamu istihdam programlarını bitirenler ve 2 yıllık yüksekokul mezunları için deneyim süresi 6 ayken, 2 ve 4 yıllık sigortacılıkla ilgili yüksekokulu bitirenlerde mesleki deneyim aranmayacak. Acente müdürü olabilmek içinse daha evvel 4 yıllık üniversite mezunluğu şartı hâlâ devam ediyor, ancak 2 yıllık sigortacılıkla ilgili bölüm bitirenlere de acente müdürü olmak fırsatı verildi. Bu kişilerde deneyim süresi 2 yıl olarak belirlendi. 4 yıllık yüksek öğrenim kurumlarında deneyim şartı eskiden 2 yılken, 1.5 yıla düşürüldü. Üniversitelerin 4 yıllık sigortacılık bölümlerini bitirenlerdeyse mesleki deneyim şartı aranmıyor. Bunlar göz önüne alındığında, hem teknik personelde hem acente müdürlerinde sigortacılıkla ilgili bölüm bitirenler için mesleki deneyim şart ya azaltılıyor ya kaldırılıyor.

AYNI MEKANDA BİRKAÇ ACENTE FAALİYET GÖSTEREBİLECEK

Bir diğer değişiklikse, artık birden fazla acentenin aynı mekanda faaliyet gösterebilecek olması. Daha önce genelge ile izin verilen bu konu, yönetmeliğe de girmiş oldu. Genelge ile duyurulan, şimdiyse yönetmeliğe giren bir diğer maddeyse acente şubelerinin bir başka acenteyle aynı mekanda faaliyet gösteremeyecek olması. Yönetmelik, acenteleri mesleki faaliyetleri nedeniyle verebilecekleri zararlardan sorumlu tutuyor. Müsteşarlık'ın, sigorta veya benzeri teminat şartı aramaya yetkili olduğu belirtiliyor. Ayrıca, bundan sonra tüzel kişi sigorta acentelerinde müdür dışında en az bir teknik personel istihdam edilecek. Yeni uygulamada, bankalar ve özel kanunlarına istinaden acentelik yapan kurumların, acentelik yaptıkları sigorta şirketlerini ve yetkilerini belirterek TOBB'a kayıt yaptırarak kayıt numarası alması gerekiyor. Her yıl şubat ayına kadar bu yetkilerini ve buralarda görev yapan teknik personelin bilgilerini TOBB'a bildirmekle yükümlü olacaklar.

ACENTELİK SÖZLEŞMESİNİN ŞARTLARI DA BELİRLENDİ

Yönetmelik, acenteler ile sigorta şirketleri arasında düzenlenecek olan acentelik sözleşmesinin şartlarını da belirtiyor. Mevcut sözleşmeler bu şartlara uygun olarak 6 ay içinde yenilenmek zorunda olacak. Bunların yanı sıra, sigorta poliçelerinde aracılık eden acentenin unvanı ve levha kayıt numarası da yer alacak.

Bir yeni uygulamaysa, bundan böyle acentelerin hesaplarını ve mali tablolarını müsteşarlıkça belirlenecek tek düzen hesap planına uygun olarak tutmak zorunda olması. Bunun şartları da Hazine tarafından belirlenecek. Ayrıca, acentelerin beyan edecekleri mal varlıklarının değeri bundan böyle 25 bin liradan az olmayacak. Ayrıca, mal varlığının yüzde 50'sinin nakde kolay dönüşebilecek yatırım araçlarından olması gerekiyor.

Sigorta şirketleri 2014 yılı için 'önce eğitim' diyor



SİGORTA ŞİRKETLERİNİN EĞİTİME VERDİĞİ ÖNEM GİTTİKÇE ARTIYOR. EĞİTİMLERLE, SEKTÖRDE İŞ GÜCÜ NİTELİĞİ YÜKSEK VE HUZURLU ÇALIŞANLARIN YETİŞTİRİLMESİ HEDEFLENİYOR. ŞİRKET VE KURUM YÖNETİCİLERİ, SEKTÖREL EĞİTİMLERDEN GEÇMİŞ ÇALIŞANLAR SAYESİNDE BAŞARIYA ULAŞILACAĞINA İNANIYOR.

SİM BORA
sim@sigortacigazetesi.com.tr

Sigorta şirketleri tarafından, çalışanlar ve acenteleri için kişisel gelişimi desteklemek ve iş yapış süreçlerini daha verimli hale getirmek amacıyla çok sayıda eğitim organize ediliyor. Şirketlerin yanı sıra sektöre eğitim hizmeti veren kuruluşlar da farklı eğitim modelleriyle, çalışanların yeteneklerini geliştirmeleri için katkı sağlıyor. Acente ve çalışanlarını mesleki yönden desteklemeyi hedefleyen şirketlerde verilen eğitimlerin sayısı bir yılda 100'ün üzerine çıkabiliyor.

Sigorta şirketleri uzunca bir zamandır hem acenteleri hem de çalışanları için özel eğitim programları sunuyor. Çalışanların, sektörde fark yaratmaları ve birçok anlamda öne geçebilmeleri için yapılan bu eğitimler genellikle, eğitime katılanların ilgisini çekebilmek ve alınan verimin artırılması amacıyla çeşitli organizasyon ve aktivitelerle renklendiriliyor. Sigorta şirketlerinin en çok, eğitime katılanların geri bildirimi konusuna önem verdiği gözlenirken, yalnız bu amaçla, eğitim sonlandırıldığında çeşitli anketler düzenlenebiliyor. Alınan geri bildirimlere göre verilen eğitimler şekillenirken, eğitimlerin her zaman teknolojik, eğlenceli, çağdaş, akılda kalıcı ve öğretici olmasına özellikle dikkat ediliyor. Bazı şirketler bu anlamda 2013 yılını verimli tamamlarken, bazılarıysa 2014 yılı bütçelerini, eğitim programları planlamaları için şimdiden ayarlamış durumda.

KATILIMCILARLA BERABER HAREKET EDİLİYOR

Bu eğitimler için öncelikle niyet ve gelirin önemine değinilirken, bir işin yapılmasına dair ortada iyi niyet ve bunu harekete geçirecek güç varsa gelişimin önünde durulamayacağı düşünülüyor. Çalışanların görüşlerine, özellikle karar alınma aşamasında yer verilmesine önem verilirken, başarının sırrının, huzurlu çalışanlar olduğu kabul edilmiş bir diğer gerçek gibi görünüyor. Bazı şirketlerse eğitimlerini, çalışanları için mesleki teknik ve yetkinlik eğitimleri, acenteleri içinse, sigorta teknik eğitimleri ve satış eğitimleri şeklinde sınıflandırıyor. Eğitimler planlanırken, günün gerekliliklerine bağlı olarak hareket etmeye oldukça özen gösteriliyor ve eğitimler bu anlamda trendler takip edilerek, her daim güncel tutuluyor. Eğitimlerde özellikle, konularında uzman olan kişi ve kurumlarla ilerlemede titiz davranılırken, fark yaratabilmenin bireysel gelişimle sağlanacağına inanılıyor. Pek çok şirketin ortak yorumuna göre yapılan eğitimler sonrasında alınan geri bildirimlerse genellikle olumlu yönde.

EĞİTİMLER GÜNÜMÜZE VE İHTİYACA GÖRE ŞEKİLLENİYOR

Hitap edilen kesimin genellikle Y kuşağı olduğu varsayılırsa, şirketlerin eğitimlerini o kesime yönelik olarak şekillendirdikleri görülüyorken, eğitimler içerisine konuyu ilgilendiren veya destekleyen video ve klipler eklenebiliyor. Kimi şirketler bu çeşitlendirmeleri, çalışanların isterse mobil cihazlardan kendilerine atanan eğitimlere mekan sınırlaması olmadan katılabilecekleri fırsatını sunarak sağlıyor. Eğitimlerle hedeflenen bir diğer önemli noktaysa; nitelikli insan gücünü şirket içinden yetiştirmek ve yöneticilerini kendi bünyesinden çıkarmak. Bunların yanı sıra, belirli deneyime sahip çalışanlar arasından istekli olanlar, iç eğitmen olarak yetiştirilebiliyor ve deneyimlerini genç çalışanlarına aktarmalarına fırsat tanınabiliyor. Bu aktiviteler kimi zaman bazı sigorta şirketleri tarafından, yurtiçi ve yurtdışı eğitim programlarıyla pekişebiliyor. Tüm bunlar sonucunda görülüyor ki, 2014 yılı için eğitime ayrılan bütçe, birçok şirket tarafından oldukça ciddiye alınıyor. Şirketler artık eğitim alanına verilecek her türlü emeğin ve yatırımın, yine şirketin faydasına ve böylece sektöre olacağını düşünüyor. Bu sebepten ötürü de sektörde eğitime verilen önem gitgide artıyor.

Halk Hayat ve Emeklilik Genel Müdürü Nurullah Okur:

Çalışanlarımız sektörde fark yaratmalı

Eğitim konusunun özellikle ve önemle ele aldıkları bir konu olduğunu söyleyen Halk Hayat ve Emeklilik Genel Müdürü Nurullah Okur, hızlı büyümenin getirdiği ihtiyaçlar doğrultusunda eğitimlerini planladıklarını belirtti. Okur, ilerleyen zamanda akademik bir yapı içerisinde süreçlerini ve eğitimlerini yapılandırmaya devam edeceklerini ifade etti. Geçen yıl içinde de çalışanlarına ve aracılarına yönelik eğitim programları olduğundan söz eden Okur, bu yıl için de içerik ve kapsamı genişleterek programlarına devam ettiklerini dile getirdi. Okur konuyla ilgili sözlerine şöyle devam etti: "Özellikle kaliteli hizmet sunumu ve yüksek müşteri memnuniyetini hedefleyerek proaktif bir yaklaşımla eğitimlerimizi planlıyoruz. Amacımız, eğitimlerin gelişimin bir parçası olarak görülmesi ve sahiplenilmesini sağlamak. Öngörülü bir şekilde eğitim programlarını tasarlarken çalışanlardan gelen talepleri dikkate alıyoruz. Aynı zamanda gerek kurum içi gerek kurum dışı eğitmen ve eğitim desteği ile kurumumuza özel eğitimler planlıyoruz. Evet sadece şirket içi katılım kabul ediyoruz. Tek istisnası e-BEAS lisanslama süreci eğitimleridir. Bu konuda Halkbank Eğitim Daire Başkanlığı ile işbirliği içinde Halkbank personelini eğitime çağırabiliyoruz." Akademilerinin hayata geçmesiyle birlikte sektöre nitelikli iş gücü kazandıracak eğitim organizasyonlarını herkese açık hale getirebileceklerini söyleyen Okur, bu düşüncenin uygulamaya konulacak önemli hedeflerden bir tanesi olacağını ifade etti.



'NİYET VE GELİR EN ÖNEMLİ İKİ ŞEY'

Yapıcı geri bildirimler aldıklarını belirten Okur, eğitimlerin planlanırken kişilerin motivasyonunu olumlu etkileyecek içeriklerin ön plana çıktığını vurguladı. Bir eğitim paketiyle çalışanların ihtiyaçlarının tümünün karşılanmasının mümkün olmayacağının altını çizen Okur, "Eğitimin bir süreç olduğunu düşünerek gelişen ve değişen şartlar doğrultusunda memnuniyeti sağlamaya yönelik çalışıyoruz. Eğitim programlarımızı farklı konseptlerde tasarlıyoruz. Eğitimlerimizi şöyle gruplamak mümkündür; mesleki yeterlilik kapsamında verilen bilgi ve beceri artırmaya yönelik eğitimler, yönetici gelişimi kapsamında verilen eğitimler ile ortak değer ve çalışma yöntemlerinin oluşturulmasına yönelik eğitimlerdir. Her şeyden önce niyet gelir, eğer bir işin yapılmasına dair ortada niyet ve bunu harekete geçirecek güç varsa gelişimin önünde hiçbir şey duramaz. Güzel işler yapma niyetiyle eğitim bölümünü kurduk ve yapılacak işlerde çalışanlarımızın ve sektörün yanında olacağız" dedi.

AMAÇLARININ, HALK HAYAT VE EMEKLİLİK ÇALIŞANLARININ SEKTÖRDE FARK YARATMASINI SAĞLAMAK OLDUĞUNU İFADE EDEN OKUR, EĞİTİM BÖLÜMLERİNİN DE BU BİLİNÇLE FAALİYETLERİNİ PLANLADIĞINI BELİRTTİ.

AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu:

Satış tekniklerinden zaman yönetimine kadar farklı eğitimler verdik

AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu, İstanbul Bilgi Üniversitesi iş birliğiyle geliştirilen ve Kasım 2012'den bu yana AIG Sigorta'nın acente ve broker kanalına yönelik devam eden AIG Akademi Projesi'yle Türkiye'nin, tüm dünyadaki AIG organizasyonunda örnek vaka olarak kabul edildiğini ve uygulamaya alındığını söyledi. Sağıroğlu, son olarak şubat ayında yapılan bir iç iletişim / lansman aktivitesiyle AIG Akademi'nin yeni modülünün devreye alındığını ve şirket çalışanlarının da eğitim çalışmalarından faydalanmaya başladığını belirtti. AIG Akademi'den bahseden Sağıroğlu konuyla ilgili olarak şunları söyledi: "Sektörün ve piyasanın tanınan eğitmenleri ile gerçekleştirilecek AIG Akademi programı, teknik bilgiler dışında uygulama ve pratiğe de yönelik olarak geliştirildi. Çalışanlar 6 ana konuda eğitim alıyorlar: Planlama ve organizasyon yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi, zaman yönetimi, stres yönetimi, sunum becerileri ve kazanan takım oluşturmak/yönetmek. 2013 sonu itibarıyla Türkiye genelinde 150'nin üzerindeki acentemizden 700'den fazla yetkili, bu eğitimlere katılım sağlamıştır. Acentelerimize yönelik 45 ayrı konuda verilen eğitim seminerleri, teknik ürün bilgisinden yeni TTK'ya, satış tekniklerinden zaman yönetimine kadar geniş bir yelpazede devam etmektedir. AIG Akademi eğitimleri aynı zamanda brokerlarımız için de veriliyor. Bu eğitimler de ürün teknik bilgileri, sıkça sorulan sorular, AIG'nin sunduğu farklılıklar ve satış teknikleri üzerinde odaklanıyor. Bugüne kadar brokerlarımız özelinde düzenlenen eğitimlerimize 40'ın üzerinde brokerımızdan 250'ye yakın yetkili katıldı."



2013 YILINDA TÜRKİYE GENELİNDE 700'DEN FAZLA ACENTE YETKİLİSİNİN AIG SİGORTA'NIN EĞİTİMLERİNE KATILDIĞINI SÖYLEYEN SÜLEYMAN SAĞIROĞLU, ACENTELERE YÖNELİK 45 AYRI KONUDA VERİLEN EĞİTİM SEMİNERLERİNİN, SATIŞ TEKNİKLERİNDEN ZAMAN YÖNETİMİNE KADAR GENİŞ BİR YELPAZEDE DEVAM ETTİĞİNİ İFADE ETTİ.

'ARKAMIZDAKİ GÜÇ, ÇALIŞANLARIMIZDIR'

AIG Sigorta'da gerçekleştirilen iç iletişim ve çalışan bağlılığını artırıcı çalışmalardan da bahseden Sağıroğlu, şirket değerlerini paylaşırken şunları söyledi: "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. Çalışanlarımız – AIG'de biz, kişilerin formasyonunu, eğitim düzeylerini ve tecrübelerini gözeterek, kendilerini en iyi ifade edebilecekleri bir çalışma ortamı yaratmaya çalışırız." Davranış bilimleri eğitimlerinin İstanbul Bilgi Üniversitesi tarafından, ürün eğitimlerininse AIG teknik ekibi tarafından verildiğini söyleyen Sağıroğlu, eğitimlerin İstanbul Bilgi Üniversitesi'nin Santral Kampüsü'nde gerçekleştirildiğini bildirdi.

Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Filiz Tiryakioğlu:

Eğitimler sürekli güncelleniyor

Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Filiz Tiryakioğlu, hem acentelerine hem de çalışanlarına yönelik sürekli olarak eğitimler verdiklerini söylerken, şirketin 2014 yılında da bu eğitimleri düzenlemeye devam edeceğini belirtti. Tiryakioğlu konuyla ilgili olarak, "Çalışanlarımıza yıl boyunca mesleki, teknik ve yetkinlik eğitimleri verilmekte ve eğitimler tam katılımla gerçekleşmektedir. Çalışanlarımız kendilerine yapılan yatırımın son derece bilincinde olduğundan eğitimlere katılım konusunda özenli davranmaktadırlar. Acentelerimize yönelik eğitimlerde acentelik çalışanları, şirket içi eğitimlerde ise çalışanlarımız eğitimlere katılmaktadır. Ancak, sosyal sorumluluk kapsamında lise ve üniversite öğrencilerine sigorta eğitimleri tarafımızca verilmektedir" şeklinde konuştu. Eğitim sonrasında katılımcılardan, gerek formlarla gerekse görüşmelerle aldıkları dönüşlerin ciddi oranda olumlu olduğunu dile getiren Tiryakioğlu, iletilen her dönüşü sonraki eğitimleri için girdi olarak kullandıklarını ve süreci sürekli iyileştirmeye çalıştıklarını söyledi. Çalışanları için mesleki teknik ve yetkinlik eğitimleri, acenteleri içinse, sigorta teknik eğitimleri ve satış eğitimleri verildiğini dile getiren Tiryakioğlu konuyla ilgili sözlerini şöyle noktaladı: "Günün gereklilikleri, rekabet ve eğitime katılan kitledeki değişikliklere paralel, ihtiyaçları karşılama ve süreçleri iyileştirme anlamında eğitimleri sürekli güncel tutmak durumundayız. Bazen eğitim içeriklerini veya eğitimin veriliş yöntemini değiştirerek, bazen ise sektör ve trendleri takip ederek, eğitimlerimizi geliştirmek adına en iyisini yapıyoruz."



ÇALIŞANLARI İÇİN MESLEKİ TEKNİK VE YETKİNLİK EĞİTİMLERİ, ACENTELERİ İÇİNSE, SİGORTA TEKNİK EĞİTİMLERİ VE SATIŞ EĞİTİMLERİ VERİLDİĞİNİ DİLE GETİREN TİRYAKİOĞLU, GÜNÜN GEREKLİLİKLERİNE GÖRE EĞİTİMLERİ SÜREKLİ GÜNCEL TUTTUKLARINI SÖYLEDİ.

AXA Sigorta Direktör ve İcra Kurulu Üyesi Esra Güller:

Fark yaratmak öncelikle bireysel gelişimden geçiyor

AXA Sigorta'nın, çalışanlarının, acente ve hizmet sağlayıcılarının, mesleki ve kişisel gelişimlerine katkıda bulunmayı hedeflediğini söyleyen AXA Sigorta Direktör ve İcra Kurulu Üyesi Esra Güller, bu doğrultuda müşteri memnuniyetini artıracak, kaliteli hizmet sunulmasını sağlayacak, sürekli, verimli ve kalıcı eğitim programlarının gerçekleştirildiğini vurguladı. Güller konuyla ilgili, "Hem çalışanlarımızın, hem de dağıtım kanallarımızın ihtiyaçlarına yönelik özel eğitim çözümleri hedefleyen eğitim ve gelişim anlayışımızı, farklı program ve inovatif yaklaşımlar ile sürekli hale getirmekte ve konularında uzman olan kişi/kurumlarla birlikte ihtiyaçlara yönelik şekilde hazırlamaktayız. Çalışan eğitimlerimizde kişilerin konularında uzmanlaşmaları ile beraberinde bireysel olarak davranış değişim ve gelişimlerine destek olunması hedeflenirken, müşteri ile buluşma noktasında önemi çok yüksek olan dağıtım kanallarımızı da özellikle daha iyi hizmet verebilmeleri ve müşteri memnuniyeti açısından fark yaratabilmeleri için geleceğe yönelik çeşitli vizyon programları ile desteklemekteyiz" şeklinde konuştu. Eğitim ve gelişim konusunda çağın gereklerine uygun olarak planlandıklarına ve sektörde fark yarattıklarına dikkat çeken Güller, 2013 yılında da eğitim programlarının, çalışanlarının ve dağıtım kanallarının ihtiyaçları, şirket stratejileri ve öncelikleri gözetilerek şekillendirildiğini dile getirdi. Bu durumun bir önceki yıla nazaran artarak gerçekleştiğini ifade eden Güller, "2014 yılı ilk çeyreğinde de eğitimlerimiz hem dağıtım kanallarımız hem de çalışanlarımız için yoğun şekilde devam etmiş ve önümüzdeki dönem için de kriterlerimiz doğrultusunda planlanmıştır. Şirket olarak fark yaratmanın öncelikle bireysel gelişimden geçtiğine inanarak planlamalarını yaptığımız eğitim programlarımıza katılım ve ilgi oldukça yüksek seviyededir" dedi.



FARK YARATMANIN BİREYSEL GELİŞİMDEN GEÇTİĞİNE İNANDIKLARINI SÖYLEYEN GÜLLER, PLANLAMALARINI BUNA GÖRE YAPTIKLARINI VE EĞİTİM PROGRAMLARINA KATILIM VE İLGİNİN OLDUKÇA YÜKSEK OLDUĞUNU DİLE GETİRDİ. GÜLLER, 2014 YILI İLK ÇEYREĞİNDE EĞİTİMLERİNİN HEM DAĞITIM KANALLARI HEM DE ÇALIŞANLARI İÇİN YOĞUN ŞEKİLDE DEVAM ETTİĞİNİ SÖYLEDİ.

'BÜTÇEMİZ, HEDEFLERİMİZİ GERÇEKLEŞTİRECEK SEVİYEDE'

Eğitim programlarının genel olarak üç bölüme ayrıldığını ifade eden Güller bunların; çalışan eğitimleri, dağıtım kanalları eğitimleri ve AXA Sigorta Akademi Programları olduğunu belirtti. Güller, ortak kültür ve anlayış çerçevesinde aynı marka altında bulunan iş ortaklarına (acente, çalışan vb.) yönelik hazırlanan eğitim programlarının birbirini tamamlayan, destekleyen ve müşteriyi merkeze koyan bir bakış açısıyla her yıl gözden geçirilerek, değişen şartlara uyumlu hale getirildiğini söyledi. Güller konuyla ilgili sözlerini şu şekilde tamamladı: "Şirket stratejileri ve önceliklerini bilmenin ve uyumlu olmanın çok önemli olduğuna ve beraberinde de Eğitim Gelişim Departmanı olarak gelişen trendleri yakından takip etmenin kesinlikle fark yarattığına inanmaktayız. Eğitim ve gelişime önem veren ve donanımı yüksek insan gücünün şirket performansına katkısının farkında olan bir şirket olarak eğitim konusuna ayırdığımız bütçe, hedeflerimizi gerçekleştirecek ve isteklere karşılık verecek seviyededir."

ING Emeklilik Eğitim Müdürü Dr. Bilge Karadağ Erdem:

Eğitimlerimizi, satış örgütüne özel planlamalarla uyguluyoruz

ING Emeklilik Eğitim Müdürü Dr. Bilge Karadağ Erdem, şirket olarak, faaliyete başladıkları ilk günden itibaren eğitimin en önemli odak noktalarından biri olduğunu söyledi. Bu nedenle Eğitim Departmanı olarak hem banka hem de acente kanalına özel yoğun eğitim programları düzenlediklerini belirten Erdem, bu eğitim programlarının, şirket stratejisi ışığında satış kanallarının ihtiyaçları göz önünde bulundurularak özel olarak hazırlandığını ifade etti. Erdem konuyla ilgili olarak şöyle konuştu: "Bu perspektifle 2014 yılında Eğitim Departmanının stratejisi; satış kanallarındaki aracı sayısını artırmak, hayat sigortası farkındalığını geliştirmek, yapılan satışların satış kalitesini artırarak müşterilerimize ING Emeklilik ile olan iş birliklerinde en iyi deneyimi sunmak olarak belirlenmiştir. 2014 yılının tüm eğitimleri bu strateji içerisinde, satış örgütüne özel planlamalarla hayata geçirilmektedir." Kurum olarak 2013 yılının yoğun olarak satış kanallarının lisanslanması ile geçtiğini belirten Erdem, "Hem banka hem de acente kanalında satış ekiplerinin aracılık belgelerini almaları için yoğun sınıf içi ve e-learning eğitimleri yapıldı. Bu dönemde acente çalışanları için beşer günlük, banka çalışanları içinse ikişer günlük eğitimler yapıldı" dedi. Erdem, "2013 yılında eğitim departmanı olarak 'Hayata Dönüş Projesi'nin de mimarı olduk.
2013 yılında çağrı merkezleri için tele marketing ve ürün eğitimleri düzenlendi. Son derece yoğun geçen 2013 yılında acente kanalında 1622 çalışana, banka kanalında ise 935 çalışana eğitim verildi. Böylece 2013'te ING Emeklilik Eğitim Departmanının düzenlemiş olduğu organizasyonlara 2557 kişi katılmıştır" şeklinde ifadelerde bulundu. Erdem, çok yoğun geçen bir dönemden sonra 2014 yılı için eğitim planlamasının, 2013 yılının sonunda acente örgütünün farklı segmentteki çalışanları için yaptıkları Eğitim İhtiyaç Analizi Anketi ile şekillendiğini söyledi. Bu anket ile satış kanalının hem teknik eğitimler hem satış ve kişisel gelişim hem de yönetim becerileri konusundaki eğitim ihtiyaçlarını tespit ettiklerini belirten Erdem konuyla ilgili sözlerini şu şekilde devam ettirdi: "Özellikle Y kuşağı yoğun olan bir organizasyon olduğumuz için, onların ilgisini eğitimlere çekebilmek için biz de kendimizi sürekli olarak geliştiriyoruz. Çünkü Y kuşağı sadece teorik ya da ideal bilgiyi dinleyip kabul etmiyor. Aldığı bilginin gerçek hayattaki yansımasını görmek ve bunu da eğitimde deneyimlemek istiyor. Bu nedenle biz de eğitim içerisine eklediğimiz, role play ya da vaka çalışmaları ile anlatılan bilgiyi test ediyoruz. Eğitimlerimizin içerisine konuyu ilgilendiren vaka çalışmaları, role play ya da anlatılanları destekleyen video ve klipler ekliyoruz. Böylece hem anlatılan bilgiler deneyimleniyor, bu da öğrenme ve kabul etme sürecinin hızlı olmasını sağlıyor, hem de eğitimler daha eğlenceli ve keyifli oluyor. Katılımcılar tarafından sıkıcı olarak algılanmayan ve eğlenerek yapılan eğitim süreçleri, onların işlerine daha fazla katma değer yaratabiliyor." Erdem sözlerini şöyle noktaladı: "ING Emeklilik Eğitim Departmanı olarak yoğun bir eğitim müfredatını ve takvimini 2 milyon liraya yakın bir bütçe ile yönetmekteyiz. Oluşturduğumuz eğitim faaliyetlerini daha çok geliştirebilmek için öncelikle Y hatta Z kuşağının öğrenme metotlarını iyice anlamak ve bunları iyi analiz etmek gerekmektedir."

ERDEM, EĞİTİM DEPARTMANININ STRATEJİSİNİN, SATIŞ KANALLARINDAKİ ARACI SAYISINI ARTIRMAK VE SATIŞ KALİTESİNİ YÜKSELTEREK MÜŞTERİLERE ING EMEKLİLİK İLE EN İYİ DENEYİMİ SUNMAK OLDUĞUNU SÖYLEDİ.



Anadolu Hayat Emeklilik İnsan Kaynakları ve Eğitim Müdürü Ufuk Seydi İşli:

2013'te 106 eğitim

Anadolu Hayat Emeklilik İnsan Kaynakları ve Eğitim Müdürü Ufuk Seydi İşli, şirketin eğitim ihtiyaçlarının İnsan Kaynakları ve Eğitim Müdürlüğü içerisinde eğitim birimi olarak faaliyet gösteren AHE Akademi bünyesinde karşılandığını ifade etti. Seydi, AHE Akademi'nin çalışanlarına, iş ortakları olan bankaların çalışanlarına, acenteleri ve acente çalışanlarına yönelik eğitim organizasyonları gerçekleştirdiğini dile getirdi. Anadolu Hayat Emeklilik olarak 2013 yılında, 106 adet eğitim organizasyonu gerçekleştirdiklerini ifade eden İşli, 2014 yılının ilk çeyreğinde şirketin 20 adet eğitim organizasyonu gerçekleştirdiğini belirtti. İşli konuyla ilgili olarak şunları söyledi: "Eğitime katılan şirketimiz veya iş ortaklarımızın çalışanlarının eğitime ilgilerinin iyi ve yeterli olduğunu düşünüyoruz. Bunda Bireysel Emeklilik Sistemi gibi içinde geleceğin ve gelecekle ilgili beklentilerin yer aldığı uzun vadeli bir yatırım aracının yer alması, içinde çalıştığımız sektörün ve faaliyet alanımızın sürekli gelişime ve yeniliklere açık olmasının önemli bir etkisi olduğuna inanıyoruz. Eğitimlerimiz çalışanlarımıza ve iş ortaklarımızın çalışanlarına açıktır."

TEKNİK VE KİŞİSEL GELİŞİM EĞİTİMLERİ

Gerçekleştirdikleri eğitim organizasyonlarının katılımcılarından faaliyetlerine yönelik çok olumlu geri bildirimler aldıklarını söyleyen İşli, eğitimlerin içeriği, sıklığı, süreleri, eğitimcileri veya eğitim kurumlarının katılımcılarını tatmin ettiğini vurguladı. İşli, düzenledikleri eğitim programlarını ikiye ayırdı: "Teknik Eğitimler: BES Aracılık Kartı Sınavı Hazırlık eğitimi, Ürün Eğitimleri, Mevzuat eğitimleri, kanuni yükümlülüklerimiz gereği yapılması gereken eğitimler. Kişisel Gelişim Eğitimleri: Satış Eğitimleri, Pazarlama Eğitimleri, Liderlik Eğitimleri ve benzeri kişisel gelişim eğitim programları." İşli eğitimlerini geliştirmek adına yaptıkları aktivitelerden şu şekilde bahsetti: "Eğitim alanında teknolojik imkânlardan faydalanmak, eğitim alanında yaşanan gelişmeleri yakından takip etmek, eğitim ihtiyaçlarının doğru belirlenmesi hususunda yaşanan gelişmeler ve eğitim değerlendirme alanında projeler yapmak, bilginin yoğun bir şekilde işlendiği ve şekillendiği kaynakları iş birliği projeleriyle verimli olarak kullanmak. Eğitim faaliyet ve organizasyonlarında kullanılmak üzere belirlenmiş bütçeyse, bir önceki sene yapılan faaliyetler ve harcamalar ekseninde güncelleniyor."

ANADOLU HAYAT EMEKLİLİK OLARAK 2013 YILINDA, 106 ADET EĞİTİM ORGANİZASYONU GERÇEKLEŞTİRDİKLERİNİ İFADE EDEN İŞLİ, 2014 YILININ İLK ÇEYREĞİNDEYSE 20 ADET EĞİTİM ORGANİZASYONU DÜZENLEDİKLERİNİ BELİRTTİ.



Sompo Japan Sigorta İnsan Kaynakları ve Eğitim Müdürü Nergis Özcan:

Sompo Akademi'yle kendi yöneticilerimizi yetiştiriyoruz

İnsan Kaynakları ve Eğitim Müdürü Nergis Özcan, Sompo Japan Sigorta'nın, kurulduğu günden bu yana gerek işbaşı/teknik eğitim, gerekse kişisel yetkinlik eğitimlerine şirketin içinde bulunduğu koşullarla paralel şekilde önem verdiğini söyledi. Şirketin kurumsallaşma yolunda attığı en önemli adımlardan biri olarak 2014 senesi itibarıyla kurdukları Sompo Akademi'yi gördüğünü ifade eden Özcan, "Üst yönetimimiz eğitme, şirket içerisinden nitelikli insan gücü yetiştirme ve yöneticilerini kendi içerisinden yetiştirdiği çalışanlarından oluşturma yönünden en önemli adımını Sompo Akademi ile atmıştır" dedi.
Sompo Akademi'nin, çalışanlarına farklı ve özel gelişim ihtiyaçlarına uygun olarak tasarlanmış, farklı kategorilerde eğitim içeriklerinin sunulduğu şirket içi bir okul olduğunu söyleyen Özcan, Akademi eğitim programlarında sınıf içi yetkinlik eğitimlerinin yanı sıra, mesleki ve teknik beceri eğitimlerinin de yer aldığını belirtti. Özcan konuyla ilgili olarak şunları söyledi: "Akademimizde kişilere temel eğitimlerin yanı sıra kendi yetkinlik ve sorumluluk alanlarına göre özel planlanmış bir program sunmamız sonucunda, genç akademimiz, çalışanlarımız arasında da hatırı sayılır bir merak uyandırmıştır. Eğitime son derece istekli bir katılım olduğu gibi, eğitim içerikleri hakkında da çok olumlu geri bildirimler almaktayız. Eğitimlerimiz sadece şirket personeline yönelik olmayıp, acentelerimiz çalışanlarına ve diğer iş birliği yaptığımız kuruluşların çalışanlarına da şirketimiz personeli tarafından da olmaktadır."

UZAKTAN ERİŞİMLE MEKÂN GÖZETMEKSİZİN EĞİTİM İMKÂNI

Katılımcılarının eğitimler sonunda elde ettikleri bilgi birikimini yine ortak yürütülen projelerde kullandığını söyleyen Özcan, eğitimlerin aynı zamanda ortak çalışmalardaki verimliliği de artırdığını dile getirdi. Eğitim programlarının hem sınıf eğitimi hem de uzaktan erişim yoluyla eğitim olmak üzere ikiye ayrıldığını söyleyen Özcan, "E-nocta ile yaptığımız iş birliği sonrası uzaktan erişim ile ister evden, isterse mobil cihazlardan kendilerine atanan eğitimlere mekan sınırlaması olmadan çalışanlarımız katılabiliyorlar. Uzaktan erişim yoluyla eğitim mekânsal bağlılığı ortadan kaldırdığı gibi, maliyetler konusunda da bize çok yardımcı olan bir eğitim şekli" dedi. Niteliksel olarak ise eğitimleri kişisel yetkinlik ve teknik eğitimler olarak ayırdıklarından bahseden Özcan, teknik eğitimlerinse; şirket içerisinde yeni başlayan çalışanlarının yine şirket içi eğitimcileri tarafından verilen, ihtiyaç duyulması durumunda konusunda uzman bireysel eğitimcilerden de alınan eğitimler şeklinde olduğundan söz etti. Özcan, kişisel yetkinlikleri geliştiren eğitimlerdeyse danışmanlık firmalarından aldıkları yardımlar ile ilerlemeyi tercih ettiklerini belirtti.

SOMPO AKADEMİ'NİN KURUMSALLAŞMA YOLUNDA ÖNEMLİ BİR ATILIM OLDUĞUNU SÖYLEYEN ÖZCAN, NİTELİKLİ İNSAN GÜCÜ YETİŞTİRME VE YÖNETİCİLERİNİ KENDİ BÜNYESİNDEN ÇIKARMA YÖNÜNDE ADIMLAR ATTIKLARINI DİLE GETİRDİ.



Eureko Sigorta İnsan Kaynakları Direktörü Oya Buyan:

Y kuşağına hitap etmek önemli

Her yılın başında gerçekleştirdikleri aktiviteler ve şirketin iş planı doğrultusunda, yıllık eğitim ve gelişim projeleri planları yaptıklarını dile getiren Eureko Sigorta İnsan Kaynakları Direktörü Oya Buyan, "Eğitimlerimizi kişisel gelişim, mesleki gelişim ve lider gelişimi olarak 3 ana grupta toplayabiliriz. Bunların dışında, gerek birimlerin, gerekse şirket genelinin iş planına destek olacak proje bazlı gelişim programları tasarlıyoruz" dedi. Tüm gelişim faaliyetlerinde karma öğrenme modelini benimsediklerini belirten Buyan, bir konuyu sınıf içi eğitimlerle olduğu kadar e-öğrenme içerikleri, makaleler, kitaplar ve iş başı eğitimlerle de desteklemeye önem verdiklerini dile getirdi. Eğitimlerin mümkün olduğu kadar interaktif geçmesinin ve öğrenme sorumluluğunun katılımcının kendisinde olmasını önemsediklerini özellikle vurgulayan Buyan, konuyla ilgili olarak şunları söyledi: "Çalışanlarımıza sağladığımız yurtdışı ve yurtiçi eğitim programları ve gelişim olanaklarıyla bir nevi sigorta okulu olduğumuzu söyleyebiliriz. Yetenek yönetimi programlarımızla çalışanlarımızı geliştirmeye devam ediyoruz. Acentelerimize ise e-öğrenme üzerinden belli içeriklerle ulaşıyoruz.



ELEMENTER SİGORTACILIK SERTİFİKA PROGRAMI

2013-2014 yıllarına damgasını vuran eğitim projelerinin "Elementer Sigortacılık Sertifika Programı" olduğunu söyleyen Buyan, "TSEV ile işbirliği içinde, iş ailesi ve seviye bazında kurgulanmış modüler bir program tasarladık" dedi. Çalışanların, deneyimleri ve görevleri dahilinde belirlenmiş teknik sigortacılık konularında 6 aylık bir programa dahil olduğundan bahseden Buyan, program süresince ara sınavlara ve en sonda da modül sonu sınavına girerek barajı geçmeleri halinde TSEV'den akredite bir sertifika aldıklarından söz etti. Buyan, bu sayede çalışanlarının sigortacılık bilgisi TSEV ve Eureko Sigorta sertifikasıyla tescil edildiğini ve de eğitim haritalarının kariyer yolları için yol gösterici olduğunu dile getirdi. Programın yaklaşık yüzde 80'inin iç eğitmenler olduğunu, kalan kısmınınsa TSEV'in eğitmenleri tarafından aktarıldığını söyleyen Buyan, "Bu proje için iç eğitmenlerimiz özel olarak eğitim aldılar ve TSEV'in lisanslı eğitimcisi oldular" dedi. İnsan Kaynakları olarak çalışanlarını geliştirirken, şirket içerisinde deneyimlerin ve şirkete özel çözümlerin paylaşılmasının büyük katkısı olacağının bilincinde olduklarını dile getiren Buyan, buradan hareketle bu deneyime sahip çalışanları arasından istekli olanları iç eğitmen olarak yetiştirerek hem deneyimlerini genç çalışanlarına aktarmalarına fırsat tanıdıklarını, hem de iç kaynaklarını kullanarak verimliliğe destek olduklarından bahsetti.

ŞİRKETİN YÜZDE 72'SİNİN Y KUŞAĞI OLDUĞUNU SÖYLEYEN BUYAN, PROGRAMLARI TASARLARKEN BU FAKTÖRÜ DİKKATE ALDIKLARININ ALTINI ÇİZDİ. BUYAN, "GELİŞEN TEKNOLOJİ VE Y KUŞAĞININ İŞ HAYATINA GİRMESİYLE, EĞİTİM YÖNTEMLERİ DE GELİŞİYOR" DEDİ.

Buyan, "2013'ün ilgi gören projelerinden biri de 'One' adını verdiğimiz liderlik gelişim projesi oldu. Orta ve üst düzey yöneticilerin birlikte aynı yöne baktığı, ortak dil oluşturduğu, çalışanlarına enerji aşıladığı bir liderlik felsefesi üzerinde çalıştık" şeklinde konuştu.

Aegon Türkiye İnsan Kaynakları ve Eğitim Grup Müdürü Murat Kaymak:

Eğitimlerimizle ilgili pozitif dönüşler alıyoruz

Daha yolun başında, işe alım sırasında şirketin sektörle ilgili kısa bir eğitim verdiğini dile getiren Kaymak, "İşe alım tamamlandıktan sonra bir haftalık bir eğitim programıyla, konusunda profesyonel eğitim uzmanlarımız tarafından ürünlerimizle ilgili ayrıntılı bir eğitim veriliyor. Bunun dışında satış teknikleri gibi kişisel gelişim eğitimleri de veriliyor. Her finansal güvence danışmanı ilk bir ay satış koçuyla beraber müşteri ile görüşüyor ve danışmanın süreci birebir gözlemleme şansı oluyor" dedi. Acentelerineyse çeşitli seminerlerin yanı sıra e-akademi modülü üzerinden eğitim desteği sağladıklarını söyleyen Kaymak, bu modül ile çalışanlar ve acentelerin kendilerine verilen kullanıcı adı ve şifreyle eğitim videoları ve dokümanlarına, sektörel araştırmalar, ürün ve rakip analizleri, hayat sigortası hukuku, satış süreçleri gibi birçok bilgiye rahatça ulaşabildiklerini ifade etti.

'SATIŞ YÖNETİCİLERİNİN GELİŞİMİNE ÖNEM VERİYORUZ'

Kaymak, 2013'te temel eğitim programları içinde yer alan Genel Sigorta Bilgisi, Bireysel Emeklilik, Hayat Sigortaları, Sosyal Güvenlik, Vergi Uygulamaları, Hastalıklar Kılavuzu, Aegon ürünleri, mobil satış uygulamalarının yanı sıra, satış yöneticilerinin gelişimine katkıda bulunacak gelişim eğitimleri yaptıklarını söyledi. Kaymak konuyla ilgili sözlerini şu şekilde sürdürdü: "Yıl içinde tekrar ve devam eğitimleri programlı bir şekilde devam etti. 2014'te de eğitimlerimiz bir plan dahilinde yapılmaya devam ediyor. Başlangıç eğitimlerimiz zorunlu eğitimlerdir. Bu eğitimimize katılım tam olarak sağlanıyor. Diğer eğitimlerimiz de yüksek katılım oranına sahip. Eğitim katılımcılarımız, şirketimizin satış ve genel müdürlük kadroları ile acentelerimizden oluşuyor. Gerek iç kaynaklı, gerekse de dış kaynaklı eğitimlerde branşlarında uzman, deneyimli eğitmenlerle çalışıyoruz. Dolayısıyla, eğitimlerden sonra tatmin edici, pozitif geri bildirimler alıyoruz. Her eğitimden sonra katılımcılara verilen bir değerlendirme formu ile eğitimlerle ilgili görüşleri, yorumları alıyoruz." Ağırlıklı olarak satış ekiplerinin gelişimine yönelik temel ve ileri düzey eğitim programlarına sahip olduklarını belirten Kaymak, çalışanlarının gelişim düzeyleri ve deneyimlerine uygun olarak tasarlanmış modüllerden oluşan eğitim programları ve uzman eğitimcileri sayesinde sektörde öne çıktıklarını vurguladı. Kaymak sözlerini şöyle tamamladı: "Şirketimizin tüm birimlerinde teknolojiyi kullandığımız gibi eğitimlerimizde de kullanıyoruz. Eğitim faaliyetleri gelişen teknoloji sayesinde, sadece sınıf ortamında değil, her yerde yapılır hale geldi. E-öğrenme portallarını, örgün eğitim faaliyetlerini tamamlayıcı ve destekleyici olarak konumlandırmak gelişim için önem kazandı. Eğitim departmanımız tüm bu yayınları ve sektörü yakından takip ederek güncellemeleri yapıyor. Eğitimcilerimiz, katılımcılar tarafından değerlendiriliyor, bu değerlendirmeler eğitimlerin içeriklerinin ve sunumunun belirlenmesinde, geliştirilmesinde yol gösterici oluyor."



KAYMAK, GEREK İÇ KAYNAKLI, GEREKSE DIŞ KAYNAKLI EĞİTİMLERDE BRANŞLARINDA UZMAN, DENEYİMLİ EĞİTMENLERLE ÇALIŞTIKLARINDAN ÖTÜRÜ POZİTİF GERİ BİLDİRİMLER ALDIKLARINI SÖYLEDİ. KAYMAK, "HER EĞİTİMDEN SONRA KATILIMCILARA VERİLEN BİR DEĞERLENDİRME FORMU İLE GÖRÜŞLERİ ALIYORUZ" DEDİ.

HDI Sigorta Eğitim Müdür Yardımcısı Gül Tokkuş:

Katılımcı profiline uygun olmalı

Sigorta sektörü gibi dinamik ve hızla gelişen bir sektörde eğitim faaliyetlerinin kaçınılmaz olduğunu söyleyen HDI Sigorta Eğitim Müdür Yardımcısı Gül Tokkuş, sektörün bu yönünün çok hareketli ve eğlenceli olduğunu dile getirdi. Her yıl acenteleri ve çalışanlarının eğitim ihtiyacını belirleyerek, yıllık eğitim planlarını oluşturduklarını belirten Tokkuş, bunları yıl içerisinde uygulamaya geçirdiklerini ifade etti. Tokkuş konuyla ilgili olarak, "Eğitim bir süreç, bu yüzden sürekli desteklenmeli ve sürdürülebilir olmalıdır. Çünkü devamlılığı sağlandıkça gelişim gerçekleşiyor. Bu nedenle her sene o dönemin ihtiyaç ve hedeflerine göre eğitim planlarımız yapılmakta, hem çalışanlarımız hem de acentelerimiz için eğitim programları düzenleniyor" şeklinde konuştu. Çalışanların, kendi gelişim ihtiyaçlarını dile getirebildikleri, proaktif davranabildikleri alanlarda ilgilerinin en üst seviyede olduğunu söyleyen Tokkuş, bu konuda mümkün olduğunca onların talep ettiği ya da onların da kabul ettiği alanlarda gelişim fırsatı ve desteği sunduklarını dile getirdi. Tokkuş, "Bu nedenle de ilgilerini çekmeyi başardığımızı düşünüyoruz, zaten geri dönüşler de bizim bu düşüncemizi destekliyor. Genelde planlarımız acentelerimiz ve çalışanlarımız için yapılıyor ama bazen müşterilerimizden de talepler gelebiliyor. Onlara sigorta ve ürünlerimiz hakkında eğitimler düzenleyebiliyoruz" dedi. Tüm eğitimlerin sonunda katılımcıların görüşlerini aldıklarını dile getiren Tokkuş, onların düşüncelerinin kendileri için çok önemli olduğunu söyledi. Tokkuş, eğitim modülleri ve içeriklerinin katılımcı profiline uygun, onların ihtiyacını karşılar nitelikte olmasının, bilginin daha etkin bir şekilde aktarılması ve özümsenmesini sağladığını söyledi. Yetişkin eğitiminde en çok dikkat edilmesi gereken konunun da bu olduğu yorumunda bulunan Tokkuş, "Katılımcılar kendileri biçimlendirebildikleri zaman tatmin de oluyorlar, şu ana kadar hep bu prensiple eğitimlerimizi düzenledik, katılımcılarımızın olumlu görüşlerini alıyor ve yapıcı önerilerini gerçekleştirmek için hemen aksiyon alıyoruz" şeklinde konuştu. Eğitimlerinin ana kırılımını acenteler ve çalışanların oluşturduğunu söyleyen Tokkuş, onlar için ayrı ayrı planlar yaptıklarını ifade etti. Tokkuş sektöre, özel teknik eğitimlerinden satış eğitimlerine, liderlik eğitimlerinden kişisel gelişim eğitimlerine kadar her türlü eğitimi düzenlediklerini dile getirdi.

TOKKUŞ, VERDİKLERİ EĞİTİMLERİN İÇERİKLERİNİN KATILIMCI PROFİLİNE UYGUN, ONLARIN İHTİYACINI KARŞILAR NİTELİKTE OLMASININ, BİLGİNİN DAHA ETKİN BİR ŞEKİLDE AKTARILMASI VE ÖZÜMSENMESİNİ SAĞLADIĞINI SÖYLEDİ.



Tarım Sigortaları Havuz İşletmesi (TARSİM):

2014'te eğitim için 1.6 milyon lira bütçe ayırdık

Tarım Sigortaları Havuz İşletmesi'nden yapılan açıklamaya göre, her yılın başında, sektörel trendler, kurumun büyüyen organizasyon yapısı, ürün çeşitliliği ve iş süreçlerindeki gelişmeler ışığında ihtiyaç analizi yapılarak, çalışanlar ve paydaşlar için gerekli eğitimler planlanıyor. Açıklamalara göre, eğitim verilen paydaşları olarak , sigorta şirketleri ve aracılarını, onların çalışanlarını, Tarım Sigortaları Havuz Eksperlerini, üreticileri sayılırken, şu bilgiler eklendi: "Eğitimler ve bunun devamında kişisel ve kurumsal gelişim, kurum kültürümüzün vazgeçilmez öğeleridir. 2013'te, çalışanlarımızın kişisel gelişimini desteklemek ve iş yapış süreçlerini daha verimli hale getirmek amacıyla çok sayıda eğitim organize edilmiştir. 2014 yılında da aynı bakış açısı devam etmektedir. 2010'da düzenlenmeye başlayan, yetkili sigorta şirketlerinin aracılarına yönelik düzenlenen acente eğitimlerine, toplam 11 bin 621 kişi katılarak sertifika almıştır. Bu eğitimler, 2014 itibarıyla SEGEM ve TARSİM koordinasyonunda, SEGEM Akademi platformu üzerinden elektronik ortamda sunulacaktır." Tarım Sigortaları Havuz İşletmesi'nin verdiği bilgilendirmelere göre, 2014'te Tarım Sigortaları Havuz Eksperlerine yönelik tekamül eğitimleri Bölge Müdürlüklerinin konumlandığı illerde hızla devam ediyor. Bu eğitimler, Bitkisel Ürün Sigortası ve Hayvan Hayat Sigortası olmak üzere 2 farklı branşta Bakanlık, Genel Müdürlük ve çeşitli noktalarda yer alan Bölge Müdürlüklerinden yetkililerin katılımlarıyla düzenleniyor.

Çalışanların kurum içi eğitim programlarına, üst düzeyde ilgi ve katılım gösterdiği kaydedilen bilgiler arasındayken, şirket içi eğitimlere çalışanlar, dağıtım kanalları eğitimlerine yetkili sigorta şirketleri ve aracıları, hasar tespiti ile ilgili eğitimlerineyse, Tarım Sigortaları Havuz Eksperleri'nin katıldığı belirtildi. İşletme'nin değerlendirmesine göre, katılımcılar iş süreçlerinde kendilerine katma değer sağlayacak eğitim programlarına ilgi gösteriyor. Tarım Sigortaları Havuz İşletmesi'nin konuyla ilgili açıklamaları şu şekilde devam etti: "Katılımcıların eğitim programlarından memnuniyetinin yüksek, eğitim programlarının ise verimli geçtiği tespit edilmektedir. Çalışanlarımız için; Kişisel Gelişim, İlişki Yönetimi Becerileri, Performans Yönetimi, İleri Düzey Microsoft Office Programları Kullanımı, İç Rotasyon Programları, Yabancı Dil Eğitimleri, Sunum Teknikleri, Yasa ve Yönetmelik Değişikliklerine Uyum ve Bilgilenme İçerikli Eğitimler, Bilgi Güvenliği, TSEV Sigortacılık Eğitim Programları mevcut."

Sigortacılık Eğitim Merkezi (SEGEM) Müdürü Turan Öz:

SEGEM Akademi'yi 4 bin 684 kişi tamamladı

SEGEM Müdürü Turan Öz, SEGEM'in, 2013-2014 dönemini verimli bir şekilde geçirdiğini söyledi. Sigorta Haftası etkinlikleri çerçevesinde, geleneksel hale gelen konferans ve resim yarışmalarının başarıyla gerçekleştirildiğini ifade eden Öz, 2014'ün SEGEM tarafından teknolojik gelişmelerle karşılandığını söyledi. Öz konuyla ilgili olarak şunları söyledi: "SEGEM Akademi üzerinden verilen e-öğrenme eğitimleri mobil platforma taşınırken, SEGEM e-bülteni yenilendi, eğitim ve sınav hizmetleri binlerce kişiye ulaşmaya devam etti. SEGEM'in e-öğrenme platformu olan ve kullanıcılara daha iyi hizmet verebilmek için sürekli yenilenen SEGEM Akademi bilgi, eğitim ve gelişim portalı, sektörel eğitimde bir ilke daha imza attı. SEGEM Akademi portalı, kullanıcıların gelişimine daha fazla katkı sağlamak amacıyla mobil eğitimlerle zenginleştirildi. SEGEM, 2012'den bu yana eğitimlerinin bir bölümünü SEGEM Akademi üzerinden e-öğrenme yöntemiyle vermeye başlamış ve bugüne kadar acente, eksper, sigorta şirketi, banka ve özel kurum çalışanı olmak üzere 60 binin üzerinde kişiye e-öğrenme yöntemiyle eğitim hizmeti sağladı." Çağdaş eğitim yöntemlerini takip ettiklerini dile getiren Öz, e-öğrenme eğitimlerini mobil platforma taşıyarak, Türkiye'nin dört bir yanında faaliyet gösteren sigorta sektörü çalışanlarına verdiği eğitimleri Mart 2014 itibarıyla iOS ve Android mobil cihazları üzerinden de erişime açtıklarını belirtti. Öz, "Tüm eğitim atama işlemlerinin SEGEM Akademi tarafından yönetiliyor ve yine izleme bilgileri SEGEM Akademi'ye kaydediliyor. Yeni uygulamaların da eklenmesiyle SEGEM, sigorta sektöründeki en geniş kapsamlı eğitim hizmetlerini sunmayı sürdürecek" şeklinde ifadelerde bulundu. SEGEM'in bir diğer 2014 yılı yeniliğinin 'e-SEGEM'in yenilenmesi olduğunu dile getiren Öz, eğitimlere 2013'te 88 eğitimci, 2014 yılı birinci dönemdeyse, 21 eğitimcinin katıldığını ve bu eğitimcilerin kendi banka veya kurumlarında teknik personel olarak görev alacak adaylara eğitim verdiğinden söz etti. Öz, SEGEM Akademi üzerinden e-öğrenme yöntemiyle gerçekleştirilen eğitimleri 4 bin 684 kişinin tamamladığını söyledi.



TSEV İdari ve Mali İşler Birim Yöneticisi Ayşe Akçay:

Amacımız iş gücü niteliğini yükseltmek

Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı İdari ve Mali İşler Birim Yöneticisi Ayşe Akçay, Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı'nın temel amacının, sigorta sektörüne yönelik eğitim programları düzenlemek olduğunu söyledi. Eğitim programlarının sürelerine, sınavlı olup olmamalarına göre farklılık gösterebileceğinden bahseden Akçay, vakfın düzenlediği eğitim programlarından söz etti. Öncelikle Temel Sigortacılık Eğitim Programı hakkında konuşan Akçay şunları söyledi: "Temel Sigortacılık Eğitim Programı-TSEP, halen Türkiye'deki tek sigortacılık uzmanlığı eğitim programı olma özelliğini taşımaktadır. Sigorta sektörünün üst düzey yöneticilerinin, uzmanların ve akademisyenlerin görev aldığı Temel Sigortacılık Eğitim Programı, sektör çalışanlarının genel sigortacılık ve sigorta branşları konularında uzmanlaşmalarını sağlayarak, Türk sigorta sektörünün iş gücü niteliğinin ve verimliliğinin artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu konudaki faaliyetlerini her dönem bir adım daha ileriye götürmeyi amaçlayan Vakıf, sektörün ihtiyaçlarına çözüm getirmek amacıyla, İstanbul Ticaret Üniversitesi (İTİCU) ile sigortacılık alanında Lisans, Yüksek Lisans ve Doktora Programları ve benzeri eğitimlerin açılması konusunda bir işbirliği protokolü imzalamıştır." Akçay Temel Sigortacılık Eğitim Programının yanı sıra, İleri Düzey Sigortacılık Eğitim Programları, Mevzuat Uyum Eğitim Programları, Talebe Göre Düzenlenen Eğitim Programları, Uzmanlık Eğitim Programları, Danışmanlık Hizmetleri Kapsamında Hazırlanan Terfi Sınavlarının bulunduğunu belirtti. Vakfın düzenlediği eğitim programlarına katılım oranlarının eğitimlerin konularına göre değişiklik gösterdiğini belirten Akçay, "2013'te toplamda 1.708 kişi TSEV'den eğitim almıştır" dedi.



Aktüerler Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Şirzat Çetinkaya:

Yabancıların katıldığı programlara ihtiyaç var

Aktüerler Derneği Yönetim Kurulu Üyesi ve Aktüerlik Sınav Düzenleme Kurulu Üyesi Şirzat Çetinkaya, sektörün zaman zaman gerçekleştirdiği eğitim faaliyetlerini, giriş seviye, orta seviye ve ileri seviye eğitim faaliyetleri diye üçe ayırarak değerlendirmenin faydalı olacağını söyledi. Ana çerçevede giriş ve orta seviyeye ilişkin eğitim faaliyetlerinin sektördeki kurumlar tarafından gerçekleştirildiğini ve yeterli katılımın sağlandığını belirten Çetinkaya, ileri seviyenin çerçevesinin, kişilerin alanı ile ilgili işleyişi sürdürebilecekleri bilginin ötesinde farklılık yaratacakları ya da uygulamalarını geliştirebilecekleri eğitimler olarak çizebileceğini dile getirdi. İleri seviye eğitim konusunda bir eksikliğin olduğunu ifade eden Çetinkaya konuyla ilgili olarak, şunları söyledi: "Aktüerler için konuyu değerlendirdiğimizde her üç ayrımda da yeterli sıklıkla ve yeterli seviyede eğitimlerin tam anlamı ile düzenlendiğini söylemek zor. Evet, zaman zaman belirli konularda eğitim faaliyetleri düzenlenmektedir. Bu eğitimlerin sistematiği ve devamlılığı ya da düzenliliği geliştirilebilir. Özellikle kendisini daha ileri seviyede geliştirmek isteyen aktüerlere yönelik eğitimler yapılıyor ya da bulunuyor. Diğer taraftan bu eğitimlerin gerçekleştirilmemesi, talebin olmaması ile de olabilir. Zaman ilerledikçe bu talebin de oluşacağına inancımız tam." Aktüerler yönetmeliğinde yer alan ve iki yılda bir yapılan zorunlu aktüerlik eğitimleri düzenlediklerini söyleyen Çetinkaya, 2012'de bu eğitimi SEGEM ile birlikte başarılı bir şekilde gerçekleştirdiklerini ifade etti. Çetinkaya, "Dernek olarak tarafımıza eğitim konusunda en fazla talep gerek aktüerlerden, gerek sektör çalışanlarından, gerekse de avukatlardan destekten yoksun kalma tazminatlarının hesaplanmasına yönelik geliyor.Yeni dönemimizde bu konuya ilişkin bir eğitim programı düzenlemeyi hedefliyoruz" dedi.



'DERNEKLER, EĞİTİMLERİ ÇEŞİTLENDİRMELİ'

Eğitim programlarının, üniversitelerin, derneklerin, şirketlerin katılımıyla geliştirilebileceğini dile getiren Çetinkaya, bunun için derneklerin toplantı ya da eğitim düzenleme sıklığını ve konu çeşitlendirmesini artırmaları gerektiğini vurguladı. Çetinkaya konuyla ilgili sözlerini şöyle devam ettirdi: "Yurtdışındaki uygulama farklılıklarını görmek ve kendimizi geliştirmek adına daha çok yabancı davetli eksenli programların düzenlenmesi hem ülke olarak bu alana ne kadar önem verdiğimizin algılanması hem de meslek örgütlerinin yurtdışında kabul edilebilirliğinin artırılması anlamında da faydalı olacaktır."



TSEV'den uluslararası eğitim semineri

Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı - F.A.I.R. işbirliğiyle uluslararası eğitim semineri düzenledi. "Gelişmekte Olan Ülkelerde Satış ve Pazarlama Dinamikleri" konulu seminerde Afrika ve Asya ülkelerinin sigorta sektöründen toplam 33 üst düzey yönetici bir araya geldi.



TÜRK Sigorta Enstitüsü Vakfı, Federation of Afro-Asian Insurers and Reinsurers (F.A.I.R.) işbirliğiyle 3-4 Nisan tarihlerinde "Gelişmekte Olan Ülkelerde Satış ve Pazarlama Dinamikleri" konulu uluslararası bir eğitim semineri düzenledi.

TSEV, Afrika ve Asya ülkelerindeki sigorta sektörünün gelişimini desteklemek amacıyla kurulan ve bu coğrafyadaki sigorta ve reasürans şirketleri için bir çatı kuruluşu olan F.A.I.R. işbirliğiyle, Afrika ve Asya ülkelerinin sigorta, reasürans ve brokerlik şirketlerinden toplam 33 üst düzey yöneticiyi bir araya getirdi. Katılımcı ülkeler arasında Mısır, Sudan, Ürdün, Fas, Cezayir, Seyşeller ve Hindistan'ın da bulunduğu seminerde, program sırasına göre THYMOS Genel Müdürü Güven Güner (Predicting the Future, Risk and Human Behaviour), TSEV eğitmeni ve Sabancı Üniversitesi Öğretim Üyesi Uğur Ergün (State of the Insurance Industry, Marketing and Sales Dynamics of Asia and Africa), AXA Sigorta Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Işıl Akyol (The Effects of Digital Transformation on the Distribution Network), Ziraat Hayat ve Emeklilik Pazarlama Müdürü Aysun Yıldız Özer (Marketing Private Pensions in Turkey), Allianz Sigorta Stratejik Planlama Müdürü Erkan Işıksal (Understanding the Consumer Trends and Consumer Life Cycle), TSEV Eğitmeni ve İstanbul Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Selim Yazıcı (Online Insurance), Ak Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Ann Dewaele (Bancassurance), AON Genel Müdür Yardımcısı Ferhan Özay (A World of Supply Chain Risks) ve AIG Sigorta Bireysel Sigortalar Müdürü Marc Allen Pina (Strategies for Promoting Insurance Products and Services in Emerging Markets) sunumlarını yaptı. Katılımcıların interaktif olarak katıldığı seminer kapsamında bilgi ve deneyimler de paylaşıldı.

Seminer sonrasında katılımcılar, TSEV ekibiyle birlikte yaptıkları Boğaz turu ile İstanbul'un tarihi ve kültürel zenginliklerini görme imkanı buldular.



Milli Reasürans Konferans Salonu'nda gerçekleşen seminerden sonra katılımcılar, TSEV ekibiyle birlikte Boğaz turunun tadını çıkardı.





Mevzuat Uyum Eğitim Programları Mayıs Ayında TSEV'de Başlıyor

Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürlüğü bünyesinde sigorta sektörünü pek çok farklı alanda etkileyen mevzuat değişikliklerine yönelik çalışmalar, Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı tarafından düzenlenen eğitim programları ile desteklenmektedir. Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürlüğü Daire Başkanları ile sektörün üst düzey temsilcileri ve profesyonellerini bir araya getiren Mevzuat Uyum Eğitim Programları Mayıs ve Haziran aylarında TSEV'de gerçekleştirilecek.
Mevzuat Uyum Eğitim Programları hakkında daha detaylı bilgi için egitim@tsev.org.tr adresinden veya 0212 296 22 57 numaralı telefondan TSEV Eğitim Birimi'ne ulaşılabilir.

TSEV'den Mayıs Ayı Kısa Süreli Eğitim Programları

2014 yılı Nisan-Mayıs-Haziran Kısa Süreli Eğitim Programlarını geçtiğimiz ay duyuran TSEV, en güncel konularla sektörün eğitim ihtiyacını karşılamaya devam ediyor. Mayıs ayına ait eğitim programlarında, 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, "Emeklilik ve Sigorta Şirketlerinde Fon Değerleme ve Performans Getiri Analizi", "Mal Sigortaları" ve "Marina ve Yatçılık Sigortaları" eğitim programları da yer alıyor. Kısa Süreli Eğitim Programlarının tamamı hakkında ayrıntılı bilgiye egitim@tsev.org.tr adresinden ulaşılabilir.

ÇOK SATANLAR



29,99 TL

AHMET KAYA
26 sanatçının Ahmet Kaya eserlerini yorumladığı "... Bir Eksiğiz" albümü, raflardaki yerini aldı.



18,00 TL

LINDA RONSTADT
Folk rock yaparak müzik hayatına başlamış olan rock yıldızı Ronstadt'ın 'Duets' adlı albümü sevenleriyle buluştu.

YERLİ
1- ... Bir Eksiğiz
Ahmet Kaya – Gam Müzik
2- Bazı Şeyler
Nazan Öncel - DMC
3- Galata Sibel Can - DMC
4- İlk Şarkılar
Fazıl Say – Ada Müzik
5- Yavaş Yavaş
Teoman – Avrupa Müzik
6- En Baştan
Gökhan Türkmen – 3 Adım
7- Çık Hayatımdan Kıraç – Tmc

YABANCI
1- Duets - Linda Ronstadt - Rhino
2- Frozen
Demi Lovato - Walt Disney Records
3- GIRL Pharrell Williams - Columbia
4- Out Among The Stars
Johnny Cash - Legacy
5- A Dotted Line
Nickel Creek - Nonesuch
6- Everlasting
Martina McBride - Allıance Ent Specıal
7- Welcome To The New
MercyMe - Fair Trade Services

Kaynak: Idefix, Amazon, D&R

İstanbul Kırmızısı **Ferzan Özpetek**

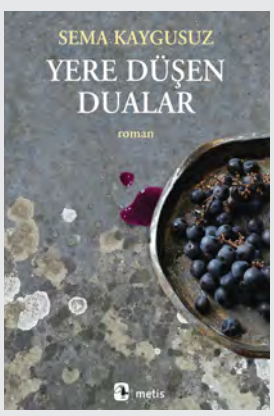
Türk sinemasının en tartışılan yönetmenlerinden biri olan Ferzan Özpetek film yönetmenliği ve senaristliğinden sonra kitap yazarlığına da el attı. Bu anlamda ilk eseri olan Rosso İstanbul yani İstanbul Kırmızısı, Ferzan Özpetek'in doğup büyüdüğü şehir olan İstanbul'u yıllardır uzaktan gözlemlerken duyduğu sevginin ve hüznün romanı. İstanbul Kırmızısı, sanatçının sinema eğitimi için İtalya'ya gidişine kadarki İstanbul yaşantısından izler taşıyor. Mesafelerle ölçülebilen uzaklığın kişiyi bir şehre ait olmaktan alıkoyamayacağını, önemli olanın şehirde yaşamak değil, şehri yaşatmak olduğunu gösteriyor. Ferzan Özpetek'in, romancılıkta da iddialı olduğu şimdiden konuşuluyor.



144 sy. 14 TL

Yere Düşen Dualar **Sema Kaygusuz**

"Kumsaldaki taşlara bakarak da okunabilir denizin soyağacı. Taş, kumsalın en eskisidir çünkü, kayaların kumla akrabalığını pürüzsüz yüzünde bir dert gibi taşır. Issızlığın kadim bilgisine sabırla bekleyerek erişmiştir. Taşın da bir ahlakı vardır, evet. İnsanın katlanamayacağı durmaklığa içkin bir ahlak kakılmıştır bünyesine. Taş taşlaşmakla önceki denizini yitirmiş, yitireceği hiçbir şey kalmamış bir kimsedir. Kumlaşıncaya değin yeniden doğan denizlere bakacaktır hep. Bu yüzden, işte tam da bu yüzden, asla kumsaldaki taşları toplamamalı. Yoksa ölürler." Kitap, birçok okur ve eleştirmen tarafından "destansı, mistik, alegorik ve çok katmanlı bir roman" olarak değerlendirildi.



304 sy. 25 TL

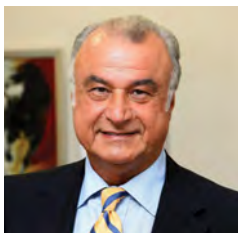
Bize Umut Gerek **Başar Başarır**

"O sırada, ayakkabısının altı delik, canı sıkkın, içinde büyük bir boşlukla caddeye yeni inmiş gazeteci cigarasını yakmak için durmuş, rüzgârı kolluyordu, siz görmediniz. Hemen önünüzde olup biten onca kepazeliğe durup bir an bile bakmazken görülüyorsunuz. Ama siz görmediniz." Bize Umut Gerek, Başar Başarır'ın daha önce yayımlanmış üç kitabını buluşturuyor: Düzenboz (2012), Çıktığınız Hevesle İniniz (2004) ve 2004 yılında Sait Faik Hikâye Armağanı'na layık görüldüğü Getirin O Günleri Yakalım Bu Öyküleri. Başar Başarır, yaşamın tüm rezil alışkanlıklarına, can sıkıcı değerlerine, dil-düzen takıntılarına sinir bozucu bir gülüşle yaklaşıyor, göz önünde bulunmayanı getirip okurun bir daha unutamayacağı şekilde masanın üzerine yerleştiriyor.



336 sy. 24 TL

ERHAN DUMANLI
erhandumanli@gmail.com



Eğitimde geriye mi gidiyoruz?

BU ay Polonya'nın eğitimde yaptığı atılımlardan örnekler verecektim, ancak maalesef ülkemizde her gün o kadar akıl almaz olay oluyor ki buna bir türlü fırsat bulamıyorum.

Bu sefer elime Yüksek Öğrenime Geçiş Sınavı (YGS) istatistikleri geldi.

Son 5 yılın doğru cevap ortalamaları:

	2010	2011	2012	2013	2014
Türkçe	21.5	21.9	18	16.8	16.8
Sosyal	12.4	11.6	11.6	12.1	12.1
Matematik	11.4	7.5	6.9	7.5	7.5
Fen	4.1	4.1	3.6	3.5	3.5

Bu rakamlar sınav türüne göre 40 soru üzerinden verilen doğru cevap ortalamalarıdır. Matematik ve fende çok büyük bir başarısızlık ortada, peki yıllardır süren bu kötü ortalamaları düzeltmek için hamleler yapılıyor mu, eğitimin çıktısında hiçbir şey değişmiyorsa bu konuda daha iyiye gidiyoruz denebilir mi?

PISA'nın 2012 raporuna göre, 2003 yılında bizimle benzer sonuçlar alan Uruguay ve Tayland'ın 2012'deki aldığı sonuçlara göre bu iki ülkenin de arkasında kalmışız. Aşağıda Polonya'nın eğitimdeki büyük atılımını nasıl yaptığını göreceğiz, bence eğitim konusunda çalışan yetkililerimiz bu üç ülkeyi mercek altına yatırmalılar. Yaptıklarını incelemeliyiz ve kendi ülkemizde bunları nasıl uygulayabileceğimizi araştırmalıyız yoksa maalesef bu gidişle PISA sıralamasındaki 45'inciliğimizi kaybetmeye başlarız.

Polonya'da eğitim reformu 1999 yılında başlatılmış. Reform, eski eğitim sisteminin eksiklerini değerlendirerek ülke koşulları ve ihtiyaçlarına göre iyi tasarlanmış, kapsamlı bir reformdu. Birkaç günde, kapalı kapılar ardında hazırlanmamıştı, kapsamlı bir hazırlık ürünüydü. Ayrıca sistemde bir değişiklik yapılmadığı için 14-15 yıldır istikrarlı ve ısrarlı bir şekilde uygulanıyor.

Eğitimdeki en başarılı birçok ülke gibi ilk önce şu ilke benimsenmiş: 'Öğretmenlerin düzeyi yükseltilmeden eğitimin düzeyi yükseltilemez.' Bu ilkeden hareketle öğretmen eğitiminin kalitesi yükseltilmiş, öğretmen sertifikası için aranan nitelikler yükseltilmiş. Buna paralel olarak öğretmen ücretleri de ciddi oranda yükseltilerek öğretmenlik prestijli bir meslek haline getirilmiş. Öğretmen kalitesinin yükseltilmesi, eğitimdeki ilerlemenin de güvence altına alınmasını sağlamış.

Müfredatta merkeziyetci politika terk edilerek, okulları ve öğretmenleri daha serbest bırakan bir politika benimsenmiş. Müfredatın sadece ana çerçevesi merkezi olarak belirlenmeye başlamış. Okullar ve öğretmenler, öğrencilerin durumunu ve ihtiyaçlarını gözeterek, kendi bilgi ve deneyimlerini yaratıcı bir şekilde kullanarak nasıl bir eğitim programı uygulayacaklarına kendileri karar veriyorlar. Okullar ve öğretmenler, merkezi kuralları yerine getirmeye göre değil, öğrencilerin durumuna göre değerlendiriliyorlar.

Buna paralel olarak sistem odaklı yaklaşımdan vazgeçilerek öğrenci odaklı bir yaklaşım benimsenmiş. Öğretmenler ve okullar, tetek her öğrencinin ihtiyaçlarına odaklanan bir eğitim stratejisi uygulamaya başlamışlar. Sınıflarda başarılı öğrencilerden çok geç öğrenenlere odaklanan bir çalışma tarzı egemen hale getirilmiş.

Sınıflardaki öğrenci sayıları aşağı çekilerek öğrenci odaklı eğitim stratejisi güçlendirilmiş.

Gelecek ay Polonya'daki eğitim reformunda yapılanlarla devam edeceğiz.



HAKAN YURDAKUL
hakanyurdakul@yahoo.com

Stratejiye devam...

BİR önceki yazıda, Henry Mintzberg, Bruce Ahlstrand ve Joseph Lampel'in 1998'de yayınladıkları "Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management" adlı kitaplarına kısa bir giriş yapmıştım. Bu yazıda ise, Öngörücü Ekoller olarak tanımladıkları Dizayn Ekolü, Planlama Ekolü ve Pozisyonlama Ekolüne getirilmiş eleştirileri biraz detaylandırmaya çalışacağım. Bu eleştiriler, bu ekollerin üretimi olan SWOT Analizi, Büyüme - Pazar Payı Matrisi ve Rekabet Avantajı Matrisi gibi yöntemler – modellemeler hala revaçta oldukları ve bunları cümle içinde kullanabilenler "üstün insan" kabul edildiği için kullanışlı ve faideli olabilir. Elbette niyete ve tutulan pozisyona göre olmayabilir de. Malumun ilanına gerek yok ve neyse diyerek buyurun başlayalım.

Bu eleştirilerden önce bu öngörücü ekollere ilişkin bir tanım yapmak gerekecek. Çok özetle bu ekollerin, stratejilerin nasıl **oluşturulmalarına ihtiyaç duyulduğundan** değil nasıl **oluşturulmaları gerektiğinden** bahsettiklerini söyleyebiliriz. (Bu söylem farkı, türlü şekillerde maruz kaldığımız kibirli uzman, mavi kanlı buyurucu, "halk için halka rağmen" söylemleriyle aynı yerden besleniyor. Sonuçta da kendini eşit ve diyaloğa açık bir taraf olarak değil de hikmetinden sual olunmaz bir ceberut doğru yolu gösterici olarak sunuyor.) Zatı alilerine karşı dile getirilmeye cüret edilen eleştiriler ise şöyle:

• Örneğin SWOT analizinde güçlü ve zayıf taraflar, S.M.A.R.T.(Specific Measurable Accepted Realistic Timely, Türkçe'ye B.Ö.R.E.K. adıyla çevrilmiş)'da amaçlar ve hedefler olarak adlandırılan veya Vakıa Çalışması (Case Study)'nın ilgili kısımlarında organizasyona bir iç bakış niteliği taşıyan tespitlerin gerçeğin tamamını temsil ettiğine duyulan haksız yüksek güven,

• Örneğin SWOT analizinde fırsatlar ve tehditler olarak adlandırılan veya Vakıa Çalışması (Case Study)'nın ilgili kısımlarında pazarın geleceğine dönük bir öngörü olan tahminlerinin şaşmazlığına duyulan / duyuluyormuş gibi yapılan yüksek inanç,

• Rasyonel ve bilimsel olduğu iddia edilen yöntem ve sunumun aslında çokça belagata (yani "benim kız da aynı işi yapıyor, ama sen daha iyi ifade ediyorsun" fıkrasında övülen güzel konuşma sanatı performansı) dayanması,

• Örneğin Pazar Payı veya Rekabet Avantajı matrisinde bilimsel olmanın temel şartı olan "yanlışlığının ispat edilebilirliği" ilkesine uyulmaması ve üretilen sonuçların mutlak gerçeklik olarak sunulması,

• Nihayetinde insanlarla birlikte iyi veya kötü var olan organizasyonların, "bilimsel strateji yasaları" karşısında otomatik olarak aynı tepkileri veren birer makine olduğu varsayımı,

• Strateji oluşturmak için organizasyonun içinde ve dışındaki tüm paydaşlarla diyaloğa geçilmesi yerine CEO, planlama bölümü uzmanları veya danışmanların sınırlı ve çokça nedensiz yere kendinden fazla emin duruşlarına güvenilmesi.

Buradan yola çıkıp SWOT, S.M.A.R.T., Pazar Payı Matrisi, Rekabet Avantajı Matrisi veya Vakıa Çalışması kavramlarını sihirli bir çubuk gibi size dayayan her şey ve herkesten kaçmak tek çare gibi görünüyor. Yine de daha makul bir tepki, tüm bu kavramların strateji oluşturma süreçlerini daha iyi anlamamıza ve daha iyi modeller geliştirmemize yardımcı olduklarını teslim etmek ve bunları bilmek olacaktır. Elbette bu kavramları ve holigan kullanıcılarını başımızın üstüne oturtmamak kaydıyla, çünkü her durumda beceri ve başarı, bir şeyleri kopyalamak veya onlara sarsılmaz bir iman beslemekten değil, anlamak-özümsemek-kendi öz üretimini ortaya koyabilmekten geçiyor.

Gelecek sayıda görüşmek ümidiyle.



HTC ONE (M8)

Şimdi daha iyi

One ile geçtiğimiz yılın en beğenilen akıllı telefonlarından birine imza atan HTC, daha önce farklı markaların da izlediği yoldan giderek, pek fazla değişiklik yapmadan (hatta adını bile değiştirmeden) amiral gemisi akıllı telefonunun versiyonu One (M8)'i duyurdu. Yeni One, HTC'nin geliştirdiği Sense 6 arayüzü, Duo Kamera ve HTC Motion Launch özellikleriyle öne çıkıyor. Yekpare metal gövdeye sahip akıllı telefonun ekranı 5 inç büyüklüğünde. Telefonun kurşuni gri, buzul gümüş ve altın amber olmak üzere üç farklı renk seçeneği bulunuyor. HTC One (M8), Qualcomm'un Snapdragon 801 işlemcisini kullanıyor. 2,3 GHz frekansında çalışan dört çekirdekli bir işlem birimi ve Adreno 330 GPU'yla gelen işlemci, Qualcomm'un halihazırdaki en güçlü mobil işlemcisi. Android 4.4 KitKat yüklü gelen One (M8), Motion Launch adını taşıyan yetenekleriyle de öne çıkıyor. Çeşitli sensörler telefonu kullanmayı hem daha kolay hem de daha eğlenceli hale getiriyor. HTC One (M8), 2.499 lira fiyatla satışta.

PROJECT MORPHEUS

Oyunlar "gerçek" oluyor

Project Morpheus, gelecekte kendimizi oyunun içindeymiş gibi hissetmemizi sağlayacak olan cihaz olabilir. Sony'nin üzerinde üç yıldır çalıştığını açıkladığı proje, şu an için prototip aşamasında. Morpheus için geliştiricilerin desteğini isteyen Sony, bu amaçla geliştirici kitinin detaylarını da açıkladı. PS4 ile çalışan Morpheus, 90 derecenin üzerinde 1080p görüntü ve 3D surround ses vaat diyor. Tasarımı itibarıyla ağırlığı burna ve yanaklara vermeyen Morpheus, bu sayede gözlük kullanan oyun severlerin de rahat kullanımını sağlayarak daha gelişmiş oyun deneyimi sunuyor. Sanal gerçeklik kafa bantlarının oyunların yanı sıra turizm ve interaktif medya içeriklerinde de kullanılabileceği belirtiliyor.



APPLE CARPLAY

Konsoldaki Siri

Adından işletim sistemi iOS olan bir otomobili akıllara getirse de Apple CarPlay, iPhone uygulamalarının otomobilin dijital sistemlerine entegre olarak kullanımına izin veren bir sistem. Kullanıcının iPhone'unu USB üzerinden otomobile bağlamasıyla kurulum evresi anında gerçekleşen sistemde sürücünün, hem otomobili gözünü yoldan ayırmadan kullanması hem de akıllı telefonunun fonksiyonlarına elini sürmeden ulaşabilmesi amaçlanıyor. Otomobilin kontrol sistemleriyle entegre olan CarPlay, direksiyondaki düğmeler, ön konsoldaki dokunmatik ekran ya da sadece sesle kontrol edilebiliyor. Apple'ın sesli asistanı Siri gelen mesajları sürücüye okuyabiliyor, cevap yazıp gönderebiliyor ya da sesli mesajları dinletebiliyor. Trafikte henüz Apple CarPlay'le kullanılabilen bir otomobil bulunmuyor. Ancak 2014 yılı içinde Ferrari, Honda, Hyundai, Mercedes ve Volvo'nun bazı modellerinde Apple'ın yeni araç içi dijital kontrol sistemini kullanmak mümkün olacak. Apple CarPlay, iPhone 5, iPhone 5s ve iPhone 5c ile uyumlu.



THRUSTMASTER FORCE FEEDBACK TX

Xbox'a özel



Thrustmaster'ın Xbox One'a özel olarak geliştirdiği yarış direksiyonu, Ferrari lisanslı ve Ferrari 458 Spider'ın direksiyonunun bire bir kopyası. 28 cm çapında olan yarış direksiyonunda kırmızı dokulu kauçuk direksiyon simidi kullanılıyor. Üzerinde dokuz adet tuş bulunan Force Feedback TX'te görünüm ve menü tuşları, motor başlatma tuşu, X, Y, B ve A tuşları ile Xbox kılavuz düğmesi bulunuyor. Gaz ve fren pedalına sahip pedal setiyle birlikte gelen Thrustmaster'ın yeni direksiyon setinin yurtdışı satış fiyatı 100 dolar.

PANASONIC TOUGHPAD FZ-M1



Kaya gibi sağlam



Panasonic'in zorlu doğa ve çalışma koşullarına dayanıklı cihazlarının en yenisi Toughpad FZ-M1 askeri standartlarda düşme, darbe, su, sıcaklık ve toz korumalı olan bir cihaz. Tablet, 7 inçlik tabletler arasında, dördüncü nesil Intel Core i5 işlemciyle çalışan ilk fansız tablet olma özelliğine de sahip. Her türlü zorluğun üstesinden gelecek yeterlilikteki tablet, askeri standartlarda düşme, darbe, su, sıcaklık ve toz korumalı. 150 cm yükseklikten düşse de sorunsuz çalışan tablet, – 10 ile +50 derece sıcaklıkta çalışabiliyor. Bu da onu savunma, enerji, otomotiv, lojistik, sağlık, kamu gibi sektörler için vazgeçilmez yapıyor. Kimlik onay işlemi için UHF RFID okuyucu, GPS, barkod okuyucu gibi birçok aksesuar talebe göre Panasonic tarafından entegre edilebiliyor.

LACIE LITTLE BIG DISK THUNDERBOLT 2

Hız avucunuzda

4K görüntü teknolojisi son hızla gelişimini sürdürüyor. Bırakın profesyonel kayıt cihazlarını, 4K video kaydeden mobil işlemciler ve aynasız fotoğraf makineleriyle bile tanıştık. Şu noktada ise endüstri, bu yüksek kaliteli görüntüleri yazma ve depolama sorunu ile karşı karşıya. LaCie'nin yeni tanıttığı Little Big Disk Thunderbolt 2 ise dünyanın en hızlı, taşınabilir sabit diski oldu. 4K görüntüleri editleme ya da aktarmaya yetecek hızı kullanıcılara sunan LaCie ile saniyede 1 GB'ın üzerinde veri aktarımı yapılabiliyor. Oldukça sessiz çalışan sabit diskin alametifarikası ise bunu mobil haldeyken de mümkün kılabilmesi. Burada Thunderbolt 2, insanın avucunun içine sığan bir sabit diskin 1,375MB/s hızında yazabilmesinin sorumlusu olan bağlantı standardını temsil ediyor. Cihazın yurtdışı fiyatı 1.300 dolar.





SAMSUNG NX MINI

"Selfie" tutkunlarına

Samsung, NX mini ile aynasız makine ailesini genişletmeye devam ediyor. Hafif yapısı, tasarımdaki zarif detayları ve 3 inç büyüklükteki 180 derece döndürülebilir LCD ekranı ile Samsung NX mini, özellikle 2013'te yılın kelimesi seçilen "selfie" için biçilmiş kaftan. NX mini, 20,5 megapiksel BSI CMOS sensörü ile 1080p 30 fps video kaydedebiliyor. NX mini, Wi-Fi ve NFC özelliklerinin yanı sıra AutoShare, Auto Backup, Mobile Link, Group Share ve Baby Monitor gibi uygulamaları da bünyesinde barındırıyor. 9 mm lensli NX mini, 450 dolardan yurtdışında satışa sunuldu.

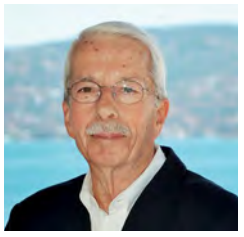
NEX BAND

Modüler akıllı bileklik

Saat, gözlük ve hatta tekstil ürünlerinin bile akıllandığı günümüzde, hayatımıza yeni bir konsept daha girdi: Modüler cihazlar. Modüler akıllı bileklik Nex de bunlardan biri. Genç kitleyi hedef alan bu yeni bileklik üzerine "Mod" olarak anılan parçalardan beş adet yerleştirilebiliyor. Bu parçaların her biri bilekliğe farklı yetenekler kazandırıyor. Bir parça, çağrı, mesaj ya da Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlardan gelen bildirimler için ışıkla uyarı yaparken bir diğeri, yakınlık sensörü sayesinde yakındaki arkadaşları kullanıcıya bildiriyor. Bluetooth 4.0 teknolojisiyle mobil cihazlarla iletişim kuran Nex, iOS ve Android uyumlu. Bilekliğin, 99 dolar fiyatla yurtdışında satışa sunulması bekleniyor.



EŞBER ERÜLGEN
esberulgen@ttmail.com



Seçim

HERHALDE iki aydan fazla bir süredir ülkemiz seçimle yattı, seçimle kalktı. Özel bestelerden oluşan müzik ve devamlı sloganlar nedeni ile kendini duyurmak için, bağırmak zorunda kalarak sesini kaybeden konuşmacıların meramını anlatamadığı mitingler. Mitinglere nazaran, daha derli toplu cereyan eden kapalı alan toplantıları. Ardından bu toplantılara katılım tahmin ve tahlilleri. Görüntülerin photoshop'larla abartılıp abartılmadığı tartışmaları. Yollara, meydanlara asılan yüz milyonlarca flamalar, bayraklar. Çeşitli vasıtaların, monte edilmiş yüksek verici güçlü hoparlörlerinden, yeri göğü inleten müzik yayınları ile caddelerde gövde gösterisi yaparak dolaşmaları. Gündüz yapılan bu çok görkemli propagandaların, akşam TV'lerde, dizi yayınlarından zaman artarsa, haberci, muhabir ve özel mi özel yorumcuların yüksek yardımları ile didik didik irdelenmesi ile geçti günlerimiz ve gecelerimiz..

"ÇOK KONUŞARAK BİR ŞEY OLUNSAYDI, ORMANIN KRALI ASLAN DEĞİL, PAPAĞAN OLURDU" demiş, bir düşünür.

Oysa, Suriye'den kapıyı açık bulup, kayıt altına alınıp, kamp yerlerinde konaklatılamadan tüm yurda dağılan aşısız, sağlık kontrolsüz, düşkün ve perişan yüz binlerce insanın ne olacağını; deniz aşırı komşumuz Kırım'daki Türk asıllı kardeşlerimizin gelişmelerden nasıl etkileneceğini; kurak geçen kış nedeniyle birçok tarım ürününün düşük kapasitelerde olacağı varsayımına göre ne tedbirler alınacağını düşünmeye, konuşmaya imkân bulamadık.

Değerli yazılı basınımızın, değerli köşe yazarları da yerel yönetim seçimlerinden başka konu aramadılar. Varsa yoksa belediyeler. Tiryakisi olduğum sevgili kardeşlerim Kanat Atkaya ve Ayşe Arman bile yoldan çıkıp yerel seçime daldılar. Tavsiye ederim, internette bulup, mart ayı içinde, o özel üslupları ile yazdıkları seçim yazılarını okuyunuz.

Hal böyle olunca ben de köşe yazarı olarak, seçim yazısı yazmak istemez miyim ? Elbette isterim de, benim "fincancı katırlarım" var...

Adamın biri vatandaşlık görevi olan oy verme işini ciddi olarak ele alıp önce kendisini eğitmiş. Bütün detayları ile konuyu inceleyip, sorup soruşturup gereken bilgileri almış. Sıra eşine gelmiş, kendi halinde bir ev hanımı olan kadıncağız parti seçiminden, oy pusulalarının ayrımlarına kadar hiç ilgisi olmayan bu konuları güçlükle de olsa öğrenmek için elinden geleni yapmış. Erkek seçimden bir gün önce hanımı sıkı bir denetime sokarak, kontrollerini yapmış, her şey tamam. Ertesi gün sandık başına gidip, vatandaşlık görevini yerine getirip evlerine dönmüşler. Hanım hemen güzel bir çay demlemiş. Eşine çayı ikram ederken, adamın gözü kadının avuç içine takılmış ki, biraz dağınık şekilde "EVET" yazıyor. "Hanım bu ne iştir" diye yerinden fırlamış, kadıncağız bütün saflığı ile "ne yapayım üç defa vurunca biraz karıştı" demiş.

Bana anlatan arkadaş, ters tutulan mührün azizliği vak'asının, şehir efsanelerinden olmadığını, şahısları tanıdığını ifade etti, onun yalancısıyım..

7 Nisan 2014 tarihli Hürriyet Gazetesi sayfa: 4

AHMET HAKAN'dan bir alıntı ile seçim yazısı takıntımı noktalamak istiyorum:

MEMUR TEOMAN KAZANIR MIYDI?

Bir memur Teoman vardı...

Hani tapeleri, ifade tutanaklarının, 17 Aralık sürecinin içinden fırlayıp hepimizin içini ısıtmıştı.

Nuh deyip peygamber demeyen, her türlü rüşvet teklifini elinin tersi ile itiveren, "Bize para işlemez koçum" diyerek aksileşen memur Teoman...

Siyah-beyaz günlerimizin Münir Özkul'u gibi bir tip. Bal tutup parmağını yalamayan biri...

Kurallardan zırnık sapmayan, etrafa para saçanlara gönlünü zerre indirmeyen, iş bilmez bir memur...

Elinizi vicdanınıza koyup da söyleyin:

Memur Teoman bizim memlekette herhangi bir seçim kazanabilir mi?

Buna muhtarlık da dahil.

Nurlar içinde yatsın sevgili AYTEN ALPMAN, ne güzel söylerdi: BİR BAŞKADIR BENİM MEMLEKETİM!..



MEHMET MURATOĞLU
mehmet@etkinyonetim.com

Şirket birleşmelerinin önemi!..

SON on sene içindeki birleşmeler ve yeniden yapılanmalar, sigorta sektörünün gelişimini ve yönünü tayin etme önceliğinde en faktörlerin başında gelmektedir. Bu konuyu daha anlaşılabilir hale getirmek amacıyla, şirket birleşmelerini, başka bir ifadeyle şirket evlilikleri veya şirket satın alma kavramlarını incelemek gerekir.

Günümüzün ön plana çıkan konularından birisi olan ve son yüzyılın kaçınılmaz görüntüsü olan, işletmeler arası ve uluslararası rekabet, artan bir ivmeyle önem kazanmaya başlamıştır. Küreselleşme olgusunun varlığı, teknolojinin gelişmesi, buna bağlı olarak yeni faaliyet sahalarının ortaya çıkması, işletmelerin de kendilerini revize etmeleri ihtiyacını doğurmuştur. Günümüzün artan uluslararası rekabet koşullarında, işletmelerin piyasa değerinin maksimize etme ve sürdürebilme hedeflerine ulaşmaları çok daha önemli hale gelmiştir. Bunun için işletmeler; faaliyetlerinde ve yönetim fonksiyonlarındaki sinerji etkisinden yararlanarak büyüme istek ve ihtiyaçlarını dışa vurmaktadırlar. O halde birleşme kavramını tanımlamakta fayda var.

■ Türk Ticaret Kanunu'na göre birleşme, iki veya daha fazla ticaret şirketinin birbiriyle birleşerek yeni bir ticaret şirketi kurmalarından veya daha fazla ticaret şirketinin mevcut diğer bir ticaret şirketine iltihak etmesi olarak tanımlanır. Türk Ticaret Hukuku'nda bahsedilen birleşmelerden birincisi devralma, ikincisi ise yeni bir kuruluş oluşturma yöntemleridir.

■ "Şirketlerin birleşmesi" ve "şirket satın almalar" aynı anlama gelseler de farklı işlemleri ifade ederler. Şirket birleşmeleri iki şirketin bir şirket bünyesinde birleşmesi ve hedef şirketin tasfiye edilerek tüm aktif ve pasifinin birleşilen şirketin bilançosuna dahil edilmesi işlemidir. Satın alma işleminde ise alıcı taraf, hedef şirketin hisselerinin bir bölümünü, tamamen veya önemli aktiflerini satın alabilir ya da hedef şirketi tamamen kendi bünyesine katabilir.

Şirketlerin birleşme şekillerine bakmak gerekirse, dört temel yaklaşımdan bahsetmek mümkündür. Bunların başında yatay birleşmeler gelmektedir. Burada, aynı sektörde rekabet içerisinde olan işletmelerin kendi aralarında gerçekleştirdiği birleşmelerden bahsedebiliriz. Bu tür birleşmelerde yönetsel yetki bölünmemekte, fakat daha yoğun olarak kullanılmaktadır. İşletmenin birleşmeden önce sahip olduğu pazar payının büyümesi ile hedef kitlesi de genişleyecektir. Satışları ve kârı artacaktır. Sektörde bununla ilgili bir iki örnek gerçekleşmiştir. Bir diğer birleşme türü, dikey birleşmelerdir. Aynı sektörde ve büyüme zinciri içindeki işletmeler arasındaki birleşmelerdir. Girdi kaynaklarına yönelik gerçekleştirilen genişleme geriye doğru birleşme olarak ifade edilir. Şirketi, müşterilerine daha fazla yaklaştıran genişleme ise ileriye doğru birleşme olarak ifade edilmektedir. Dikey birleşme nedenleri karmaşık yapıya sahip olduğundan, içinde bulunduğu pazarda, savunma amaçlı ve saldırgan amaçlı olarak ayrılabilir. Üçüncü birleşme şekli ise, ilişkisiz (karma) birleşmelerdir. Farklı sektör veya pazarlardaki işletmeler arasında birleşmedir. Bu tür birleşmeler çeşitlendirme stratejileridir. Şirket diğer bir şirketin bünyesine katılır ancak bağımsız olarak faaliyetlerini sürdürür. Böyle bir birleşmede amaç büyüyerek yönetsel güç ve prestij artırmak, çeşitlendirme yoluyla riskten kaçmak ve kârlı alışveriş imkanları yakalanabilir. Dördüncü birleşme ise, coğrafi birleşmelerdir. Coğrafi birleşmelerde işletmeler, bulundukları ülke sınırlarının ötesinde, gerek ileriye doğru, gerekse yatay ve doğrudan ilgili olmayan işletmelerle birleşerek uluslararası ve uluslar ötesi faaliyetler gösterebilmektedir.

Şirketleri birleşme kararlarına iten nedenlerin başında aşağıdaki önemli nedenlerden bazılarını söyleyebiliriz. Bunlar:

■ Şirketlerin uluslararası rekabete girme istek ve ihtiyaçları.
■ Şirketlerin değişen ve yenilenen teknolojilere uyumlarındaki hızın değerlendirilmesi.
■ İnsan kaynakları yönetimindeki hiyerarşi mantığının katılımcı yönetim mantığı ile yer değiştirmesi.
■ Değişken döviz kurları, alınan ve satılan malların fiyatlarının değişmesi.
■ Finansal hizmetlerdeki yenilikler. Yeniden yapılanma sürecinde piyasaya yeni şirketlerin girmesine, yeni hizmetlerin tasarlanmasına, kâr marjlarının üzerinde baskı yaratılmasına neden olmaları.

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



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

Psiliyum tohum kabuğu

Avrupa'da "bitkisel ilaç" olarak kabul edilen psiliyum tohum kabuğu ülkemizde az bilinen ancak çok yararlı bir üründür.

Hindistan ve Pakistan'da yetiştirilen, bilimsel adı Plantago ovata olan bitkinin tohumlarının kabuk tabakasının çıkarılıp kurutulması ve değişik büyüklüklerde parçalanması ile çok faydalı bir ürün elde edilir. Bu ürüne "psiliyum tohum kabuğu" denir.

Kimyasal yapı

Tohumdaki poliholozitler tohum kabuğunda birikmişlerdir. Kabuğun sıyrılıp çıkarılması ile, poliholozitlerin yoğun olduğu kısım alınmış, daha çok etkili madde taşıyan ve kullanımı daha kontrollü bir ürün elde edilmiş olur.

Kullanış

Avrupa İlaç Kurumu, psiliyumu "bitkisel ilaç" olarak kabul etmektedir. Çünkü, psiliyum üzerinde etkilerini açıklayan yeterli sayıda araştırma ve çok sayıda klinik çalışma (insan üzerinde yapılan çalışmalar) bulunmaktadır. Avrupa İlaç Kurumu, bu çalışmalara dayanarak aşağıda kısaca vereceğim kullanılışları kabul etmektedir.

Laksatif

Psiliyum bağırsaklarda suyu tutar ve yumuşatıcı bir jel veya viskoz bir çözelti meydana getirir. Bu özelliğinden dolayı dışkı yumuşar ve kitlesi artar, bu da bağırsağın ritmik hareketlerinin artmasını sağlar, besinlerin geçiş süresini kısaltır yani laksatif etki meydana getirir.

İshalde

Değişik sebeplere bağlı ishalin tedavisinde, ishalin kesilmesine yardımcı olarak da kullanılmaktadır. İshal tedavisinde, bağırsaklarda bulunan fazla suyu emer ve dışkının koyuluğunu ayarlar, aynı zamanda dışkılamalar arasındaki sürenin açılmasını sağlar. Üç gün içinde ishal belirtilerinde düzelme görülmemişse, ishalin esas sebebinin teşhisi için hekime başvurulmalıdır.

Ameliyat sonrası

Fissür anal (anüste oluşan sivilcelerden dolayı meydana gelen hastalık) veya basur ameliyatları sonrasında, hastanın kabız olmaması ve dışkının yumuşak olması istenir.

Irritabl Bowel sendromu

Irritabl Bowel sendromu, yemek yedikten sonra hemen gaz teşekkülü, dışkılama isteği ve dışkılama, kötü kokulu dışkı gibi belirtilerle seyreden çok rahatsız edici bir durumdur. Bu sendromda, bu belirtilerin azalması veya önlenebilmesi için, günlük lif alımının artırılması istenir.

Kolesterol düşürücü

Zayıftan orta dereceye kadar yüksek kolesterolde, düşük yağlı diyet terkiplerine ilâve edilmektedir. Yüksek kolesterol tedavisinde: Takriben 10 g ürünün, günde 2-3 doza bölünmüş halde verilmesi tavsiye edilmektedir. ABD ve Avrupa piyasalarında, psiliyumun bitkisel diyet lifi, gıda takviyesi ve ilaç olarak değişik preparatları bulunmaktadır.

Kullanmada dikkat edilecek hususlar

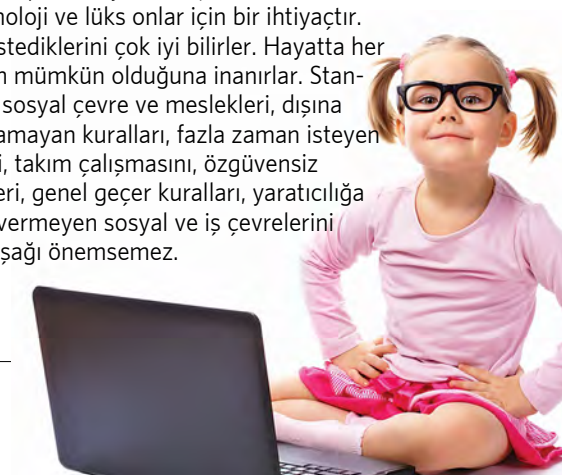
■ Fazla miktarda su ile alınmalıdır. Şöyle ki; 5 gram toz veya granülü oda ısısındaki 1 su bardağı suya ilave edilir, hızlı bir şekilde karıştırılır ve mümkün olduğu kadar hızlı şişmesi sağlanır, içilir ve ardından tekrar, boğazda herhangi bir parça kalmasını önleyecek miktarda, su içilir.
■ Yatmadan hemen önce alınmaz.
■ İlaçlarla beraber alınmamalıdır.
■ İlaçlar, psiliyum alınmadan 1 saat kadar önce alınmalıdır.
■ Sebebi bilinmeyen karın ağrısı, rektal kanamalı kişiler, bağırsak tıkanması şüphesi olan kişiler kullanmamalıdır
■ 6 yaşından küçük çocuklara verilmez.



Onları tanımazsanız anlayamazsınız! Z kuşağı

Hızlı gelişim gösteren, eğitimde kendinden emin, duruşları ve kendi disiplinleriyle benzerlerinden ayrılan bu çocuklar, çevrelerine ve ailelerine uyum sağlamada zaman zaman zorluk yaşayabiliyor.

2000 yılı ve sonrasında doğan, hızlı öğrenen ve gelişim gösteren, teknolojiyle iç içe kişilerden oluşan gruba Z kuşağı denir. Teknolojiyle iç içe büyüyen bu çocuklar, bilginin ve zamanın hızına çok kolay adapte olabilmeleriyle dikkat çeker. Hız onları tanımlar ve aileler, bu çocukların gelişimine ayak uydurmakta zorluk yaşayabilir. İç dünyaları diğer kuşaklardan gözle görülür ölçüde farklıdır. Analitik düşünme yetenekleri dikkat çekici düzeydedir. Bilgiye aç gibidirler. İçe dönük bir dünyaları vardır, çok kolay arkadaş edinemezler. Teknoloji ve lüks onlar için bir ihtiyaçtır. Ne istediklerini çok iyi bilirler. Hayatta her şeyin mümkün olduğuna inanırlar. Standart sosyal çevre ve meslekleri, dışına çıkılamayan kuralları, fazla zaman isteyen işleri, takım çalışmasını, özgüvensiz kişileri, genel geçer kuralları, yaratıcılığa izin vermeyen sosyal ve iş çevrelerini Z kuşağı önemsemez.



İnsanlığın tatlı düşmanı: Fruktoz

Hazır gıdaların hayatımızda yer edinmesiyle günlük fruktoz alımı oldukça yükselmeye başladı. Fruktoz insülin salgısını etkilemediği için doygunluk hissi oluşmaz ve birçok hastalığa davetiye çıkar.

Günümüzde üretim süreci, maliyeti derken bütün dünya fruktoz şuruplarıyla hazırlanan hazır gıdalara rağbet etmeye başlamıştır. Ama toplum sağlığını önemseyen ülkeler tekrar şeker pancarının sağlık için fruktoz şurubundan daha sağlıklı olduğunu anlayıp tatlı üretiminde tekrar geleneksel yöntemlere pekmez, bal, meyveler ve şeker kamışına yönelmektedir. Endüstride fruktoz içeriği birbirinden farklı mısır şurupları, bütün tatlandırılmış bisküvi yapımı, tatlandırılmış yoğurtlar, tatlılar, hamburger etleri, sosisler dahil her şey de kullanılmaktadır. Fruktozun insan vücudu için uygun bir şeker olmadığı çeşitli yayınlarla gösterilmektedir. Şeker metabolizmasında önemli rolü olan insülin hormonu açısından bakıldığında fruktozun insülin salgısını etkilemediği böylece de doygunluk oluşmadığından daha fazla tüketildiğinden bahsedilmektedir. Kontrolsüz bir şekilde fazla miktarda vücuda giren fruktoz ise hızla yağ dokusu olan trigliserite dönüşüp iç organlarda yağlanmanın en önemli sebeplerinden birisini oluşturmaktadır.

Eroin gibi bağımlılık yapıyor

Fruktozun beyin üzerine olan etkisinin sadece bağımlılık düzeyinde kalmadığı uygun genetik yapıya sahip bireylerde bunamaya bile neden olabileceği gösterilmiştir. Eroin kadar bağımlılık yapan "en tatlı zehir" denilen şeker ve yüksek glisemik endeksli yiyeceklerin her türlüsü kanımıza geçer geçmez kan şekerini hızla yükseltip serbest oksijen radikallerini aşırı miktarda artırırlar. Bu serbest oksijen radikalleri birçok sağlık sorununu başlatan zararlı maddelerdir.

OBEZİTENİN EN ÖNEMLİ SEBEBİ

ABD'li bilim adamlarına göre, bütün dünyada ciddi bir halk sağlığı sorunu olan şişmanlık ve obezitenin bu kadar yaygın olmasının en önemli nedeni "fruktoz" içeren yiyecek, içecek ve şurupların aşırı miktarda tüketilmeleridir. Fruktoz konusunda en son veriler beyin işlevlerine etkisi ve bağımlılık yapması üzerinedir. Çalışmalar şekerin alkol/morfin bağımlılığına benzer bir etki oluşturduğunu desteklemektedir. Düzenli şeker tüketilmesi sonucunda şekere karşı arama davranışının oluştuğu ve bulunduğunda aşırı tüketildiği ya da bulunamazsa "alkol yoksunluğu"na benzer bir tablonun ortaya çıkabildiği vurgulanmaktadır. Fruktoz cephesinden baktığımızda fruktozun karaciğerde aynen alkol benzeri bir mekanizmayla işlenmesi söz konusudur. Bu işlem sırasında oluşan yan ürünler ise karaciğerde alkol benzeri bir etki oluşturmakta ve ciddi karaciğer hasarına neden olabilmektedir. Beyin üzerine etki ise daha fazla tüketim isteği uyarmasıdır. Bu tüketim isteği sadece içeceklerle sınırlı olmayıp şeker içeren her türlü yiyeceği de kapsamaktadır. Oluşan kısır döngü ise metabolik sendrom olarak adlandırılan tabloya sebep olmaktadır.

Diyabet ve kolesterol kontrolünde BİR AVUÇ FINDIK İYİ GELİR

Doymamış tekli yağ asitleri içeren yani bitkisel yağ bulunduran yiyecek tüketimi, diyabetli hastalarda glisemik kontrol ve HDL kolesterol düzeyinin düşürülmesinde size yardımcı olabilir.



Diyabetli hastalarda doymuş yağ ve kolesterol içeren besinlerin tüketiminin azaltılması, risk oluşturan plazma yağ düzeylerinin düşürülmesi amacı için neredeyse evrensel bir reçete niteliğini taşımaktadır. Vücutta kolesterolün yükselmesine neden olup oda sıcaklığında katı halde bulunan tereyağı, margarin, içyağı, süt ve süt ürünleri, Hindistan cevizi, Kakao yağı, kümes hayvanlarının derisi doymamış yağ içerirler. Yine marketlerde satılan özel işlem görmüş yiyecekler örneğin bisküviler ve kekler raf ömürlerini uzatmak için çoğunlukla doymuş yağ içerirler. Doymamış yağlar ise büyük çoğunluğu bitkisel kaynaklıdır ve vücudun gereksinim duyduğu zorunlu yağ asitlerinin en iyi kaynaklarıdır. Oda sıcaklığında sıvı haldedirler. Yapılan araştırmalara göre günlük diyetlerde yer alan doymuş yağ asitleri içeren yiyeceklerin tüketilmesi yerine bol karbonhidrat veya yüksek oranda doymamış tekli yağ asitleri içeren yani bitkisel yağ bulunduran yiyecek tüketiminin tercih edilmesi önerilmekle birlikte bol miktarda doymamış tekli yağ asidi içeren yiyecekler ile süslenmiş diyetlerin bol karbonhidrat-düşük yağ oranı içeren diyetlere göre daha sağlıklı olduğu vurgulanmaktadır.

FINDIK TÜKETİN

Amerikan Diyabet Derneği'nin araştırmasına göre; özellikle fındık gibi doymamış tekli yağ asidi içeren kabuklu yemişler ve bunların yağları diyabetli hastalarda serum lipid ve HbA1c düzeylerinde olumlu gelişmeler kaydedilmiştir. Yine araştırmaya göre günde bir avuç fındık vb. tüketmek Tip 2 diyabetli hastalarda glisemik kontrolü düzenlemekte ve HDL kolesterolünü düşürmektedir. Fındık cenneti olan ülkemizde diyabetli hastalarda glisemik kontrol ve HDL kolesterol düzeyinin düşürülmesi için diyetlere ve sağlık raporlarına "günde bir avuç fındık" tüketiniz ibaresi eklense yeridir.



FAZIL KARAMAN
f.karaman@fkymm.com

Kâr payı ödemelerinde vergi kesintisi:

KANUNİ ya da iş merkezi Türkiye'de bulunan kurumlar tam mükellef kurum olarak kabul edilmekte, her iki merkezi de yurtdışında olan kurumlar ise dar mükellef sayılmaktadır.

Tam mükellef anonim şirketler ve limited şirketler, kazançlarını dağıtırken dağıttıkları kâr payları üzerinden vergi kesintisi (tevkifatı) yapmak sorumluluğundadır. Sadece, kâr payının ödeneceği pay sahibi tam mükellef bir kurumsa (ya da işyeri veya daimi temsilcisi aracılığıyla kâr payı elde eden dar mükellef kurumsa) dağıtılan kâr payları üzerinden vergi kesintisi yapılmaz. Diğer pay sahiplerine yapılan kar payı ödemelerinden ise % 15 oranında gelir vergisi yada kurumlar vergisi kesintisi yapılacaktır. Ancak, Türkiye ile diğer Devletler arasında yapılan çifte vergilendirilmenin önlenmesine yönelik anlaşmaların bazılarındaki özel hükümler uyarınca yabancılara yapılan ödemelerde bu kesinti oranı daha düşük olabilmektedir. (% 10, % 5 gibi) Anlaşmalardaki indirimli vergi oranı uygulamasından istifade edilebilmesi için, pay sahibinin yerleşik olduğu ülkenin yetkili vergi idaresinden o ülkede mukim olduğuna dair mukimlik belgesi alarak bunu kâr payını dağıtan kuruma ibraz etmesi şarttır.

Kâr payı ödemelerinde vergi kesintisi yapma yükümlülüğü, şirket yetkili organlarının kâr payı ödemelerinin yapılmasını öngördüğü tarih itibarıyla başladığından, nakden bir ödeme yapılmamış olsa dahi kâr payının ödenmeye başlanması gereken tarihte hesaben ödemenin gerçekleştiğinin kabul edilmesi ve bu tarih itibarıyla kesinti yapılması gerekmektedir.

Gelir Vergisi Kanunu'nun Geçici 62. Maddesinde sayılan kurum kazançlarının dağıtımında genel düzenlemeden farklı olarak kâr dağıtımına bağlı vergi kesintisi yapılmayacaktır. Geçici 62. Maddede sayılan kazançlar şunlardır: 1998 ve önceki yıllara ait kurum kazançları, 1999-2000-2001-2002 yıllarına ait kurumlar vergisinden istisna kazançlar, aynı Kanunun Geçici 61. Maddesine dahil olan yatırım indiriminden yararlanan kazançlar. (Geçici 61. Madde kapsamındaki yatırım indiriminden yararlanan kazançlar üzerinden kârın dağıtılıp dağıtılmadığına bakılmaksızın % 19,8 oranında vergi kesintisi yapılmaktadır.)

2 Mayıs 2012 tarihli 82 No'lu Gelir Vergisi Sirküleri uyarınca; kesintiye tabi kâr payları üzerinden yapılan vergi kesintileri nedeniyle muhtasar beyannamenin "Tevkifata Tabi Ödemelere Ait Bildirim (Ücret ve Ücret Sayılan Ödemeler Hariç)" bölümünde, Ödeme Yapılanın Adı, Soyadı (Ünvanı), Adresi, T.C. Kimlik Numarası veya Vergi Kimlik Numarası, Vergi Dairesi, Ödemenin Tür Kodu, Gayrisafi Tutarı, Ödemeye Ait Düzenlenen Belgenin Türü, Tarihi, Seri ve Sıra Numarası ve Kesilen Vergi Tutarı bilgilerine yer verilmesi gerekmektedir.

Sirkülerde; bu zorunluluğa uymayan, eksik veya yanıltıcı bilgi veren mükellefler hakkında Vergi Usul Kanunu'nda öngörülmüş olan cezai müeyyidenin uygulanması cihetine gidileceği belirtilmiştir.

1 No'lu Kurumlar Vergisi Genel Tebliğinde; halka açık şirketlerde kâr payını alacak olan pay sahibi ile ilgili bilgilerin Takasbank-Merkezi Kayıt Kuruluşu aracılığı ile kâr dağıtımını yapacak şirketlere aktarılacağı, kâr payının Takasbank - Merkezi Kayıt Kuruluşu aracı kılınmaksızın, doğrudan aracı kurumlar tarafından müşterileri adına tahsil edilmesi halinde, her bir müşterinin hukuki statüsü ve mükellefiyet bilgilerinin aracı kurumlar tarafından kâr dağıtacak şirkete bildirileceği belirtilmiştir. Kâr paylarının pay senedi maliklerince doğrudan talep edilmesi durumunda, hak sahibinin vergi kesintisi yapılmayacak kurumlardan olduğu hususu kâr dağıtımı yapacak şirket tarafından belirlenecek olup müşterilerin veya ortakların hukuki statüleri ve mükellefiyet bilgileri hakkında herhangi bir tereddüt bulunması halinde, aracı kurumlar veya kâr payı dağıtacak şirketler, bunlardan durumlarını Ticaret Sicili Gazetesi, vergi levhası veya bağlı oldukları vergi dairesinden alacakları bir yazı ile tevsik etmelerini de isteyebilecektir. Pay senetlerinin maliklerinin hukuki statülerinin ve mükellefiyet bilgilerinin kâr payı dağıtacak şirkete yukarıda belirtildiği şekilde bildirilmemesi veya pay senedi sahiplerince tevsik edilmemesi halinde, dağıtımı yapacak şirketin vergi sorumluluğundan kurtulabilmesi için söz konusu pay senetlerine isabet eden kâr payı ödemelerinin tamamı üzerinden, vergi kesintisi yapması gerekmektedir.



TİMUÇİN ALPAY
timucinalpay@gmail.com

Sigortacı Argiri Kukulamati

GEÇENLERDE bir arkadaşım internet üzerinden bir elektronik posta göndermişti. Başlığı şöyleydi " İstanbullu olmak ne demek?" İstanbul'da yaşayan birinin gerçekten İstanbullu olup olmadığını anlamak için bazı sorular soruluyor... Ne kadar yerinde sorular... Bu yazıdan kısa bir paragrafı sizler ile paylaşmak isterim...

"Öncelikle, Yani-Taki-Aleko-Yasef-Dikran-Anastas-Rober-Akabi-Raşel-Serkiz-Koço Bedros, Jirayr vs. gibi ekalliyet dediğimiz İstanbul yerlisinden arkadaşları olmamış, onlarla kahvede, maçta tavernalarda, okullarda, beraberce ağlayıp gülmemiş iseniz, eğer anneniz sizi bebekken Bankalar Caddesi'nin başındaki doktor (lavanten) Fakoçelli'ye götürmemiş ise, ilk gençlik yıllarının sıkıntısı ile saç kıran için Kolsuz Agop'a gitmemiş iseniz siz İSTANBULLU sayılmazsınız."

Gerçekten de İstanbul yalnızca bir kent adı değildir. İstanbul bir yaşamdır, aşktır, uzaktan bile olsa sevmektir. İstanbul imparatorlukların başkentidir. İstanbul dünyanın en eski metropolüdür. Adı üstünde "Constantino polis" 600 yıllık Osmanlı İmparatorluğu dahil bugüne kadar taşrada birisi İstanbullu olduğunu söylediğinde ona saygın bir gözle bakılırdı. Çünkü payitaht (başkent) şehriydi İstanbul...

İşte bu sevda kentinin öylesine renkli insanları öylesine gizemli yapıları vardır ki yıllarca o insanların yanında olursunuz yapıların önünden geçersiniz ama fark etmezsiniz. Öyle değerli has İstanbullular vardır ki onları tanıyana kadar İstanbul'un güzelliğini, coşkusunu, yeme içme kültürünü, insana, komşuya, olan güveni ve karşılıklı dostluğu fark edemezsiniz. Çünkü İstanbul'u İstanbul yapan o insanlar ve o gizemli yapılarıdır. Yapıları sonraya bırakıp size yanıbaşınızda olup da yıllarca fark edemediğimiz o değerli insanlardan birini anlatmaya çalışacağım...

Uzun yıllar önce sigorta sektöründe şirketler el değiştiriyor, finans sektörünün popüler grupları tek tek sigorta şirketi satın alıyordu... Bizim grup da eski şirketlerden birini almış biz de yeniden yapılanıyoruz. Grup kendi politikalarına uygun personel istihdam ederken acente yapısı değişiyor gidenler gidiyor gelenler farklı bir anlayışla şirkete yeni değerler katmaya çalışıyordu. Bu yoğun tempo içinde çalışırken bulunduğumuz hasar departmanının karşısında bulunan müşteri kabul bölümünde her gün aynı kişiyi görüyordum...

Eski uzun bir palto giyiyordu. Boynunda griye çalan ve yerlere kadar uzanan bir atkısı vardı. Uzun boyu, atkısı, uzun paltosu dramatik bir film karakterini andırıyordu. Kirli sakallarının arasından yüzüne ilk baktığınızda yeşil kocaman gözleri etrafa adeta hüzün yayıyordu. Aradan üç ay geçmesine karşın kendisi ile tek kelime konuşmamıştık. Bir gün odamın kapısı açıldı bu ilginç film karakteri içeri girdi. Doğrudan masamın yanındaki koltuğa oturdu "Merhaba" dedi... Çok ilginç, gözlerindeki hüzün aynen sesinde de vardı... "Merhaba buyrun nasıl yardımcı olabilirim?" dedim... Önce kendini tanıttı: "ben Argiri Kukulamati, prodüktörüm, sigortacıyım..." Bir an için duraksadığımı görünce "ben leblebici değilim üç kuşaktır sigortacıyım" dedi. Gülümsedim, hayat tecrübemden dolayı dobra insanlara hep inanmışımdır. Eveeeet dedim içimden işte dobra bir adam işte gerçek bir sigortacı....

Fiziki yapısı giysileri davranışları bizi yanlış etkilemiş olabilir ama Argiri Kukulamati o günden sonra bizim departmanımızın ayrılmaz bir parçası oldu... Nerede duracağını, nerede konuşacağını, takip ettiği sigortalılarının haklarını nasıl koruyacağını o kadar dengeli ilişkiler ile götürdü ki bizim departmanımız ona hep hayran olduk, saygı duyduk, kendimizden bildik.

Hani o önünden geçtiğimiz görkemli ve gizemli İstanbul yapıları varya işte Argiri Kukulamati önünden yıllarca geçtiğimiz ve farkında olmadığımız o yapılardan biri gibiydi. Ama biz onu çabuk fark ettik ondan İstanbullu olmayı da öğrendik, dostluğu da vefayı da öğrendik. Bir gün gözlerindeki ve sesindeki hüznün sebebini öğrendiğimde dedim ki, hayat neden bazıları için bu kadar acımasız ve hüzün yüklü oluyor.

Yeni öğrendim (leblebici değil) gerçek sigortacı Argiri Kukulamati hasta ve yalnız... Bu güzel İstanbul Beyefendisi eski dostlardan bir ses bir tebessüm bekliyor...



5 MAYIS

MÜZİK ZİYAFETİ İÇİN KADIKÖY'E...

İki buçuk yaşından beri nota bilen ve piyano çalabilen **Anjelika Akbar** dört yaşında ilk bestesini yaptı ve "mutlak kulak" yeteneği fark edildi. Akbar'ın 2002 yılında yayınladığı Vivaldi'nin Dört Mevsim keman konçertosunun piyano uyarlaması albümü, Sony Classical kataloğuna giren ilk Türk klasik müzik albümü oldu. Ardından "bir"den Bir'e albümünde Rana Pirinççioğlu ve Zara ile çalışan Akbar, özellikle yaşamın hızlı akışı karşısında sevgiyi ve yaşamın kendini fark etmeyi anlattı. Pek çok ulusal ve uluslararası ödül sahibi olan besteci ve piyanist Akbar'ın etno müzikolog ve onlarca müzik aletine hakim olan multi-müzisyen Tolga Ünaldı eşliğinde müzik ziyafeti vereceği konserini Kadıköy Halk Eğitim Merkezi'nde.



6 MAYIS

ROCK SEVERLER İZMİR'DE BULUŞUYOR

Anadolu rock müziğin başarılı örneklerinden olan Haluk Levent'in konseri, Bostanlı Suat Taşer Açıkhava Tiyatrosu, İzmir'de gerçekleşecek.



9 MAYIS

OOZE VENUE'DE MİNÖR TONLAR...

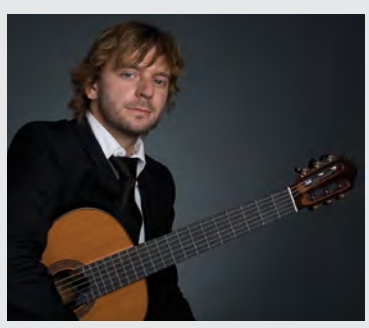
"Ezel", "Aşk-ı Memnu" ve "Fatmagül'ün Suçu Ne?" gibi sevilen birçok dizi müziğinin bestecisi Toygar Işıklı'nın konserini Ooze Venue, İzmir'de dinleyebilirsiniz.



11 MAYIS

ÖZEL GÜNE ÖZEL KONSER

Candan Erçetin'den Anneler Günü'ne özel konser. Erçetin'in eski albümlerinden şarkılarına da yer vereceği Bostancı Gösteri Merkezi konserini kaçırmayın.



12 MAYIS

MARCIN DYLLA'DAN GİTAR PERFORMANSI

Gitar dünyasının yükselen yıldızı, Marcin Dylla'nın konseri, İstanbul Klasik Gitar Festivali kapsamında İstanbul Caddebostan Kültür Merkezi'nde gerçekleşiyor.



13 MAYIS

KRIVOKAPIC CADDEBOSTAN'DA

Gitar tekniğinin yanı sıra, repertuvarına getirdiği sıra dışı yorumlarıyla tanınan Goran Krivokapic'i, İstanbul Caddebostan Kültür Merkezi'nde dinleyebilirsiniz.



14 MAYIS

ROCK'N ROLL İÇİN İTÜ STADYUMU'NA...

Rock'n Roll'un başarılı grubu Aerosmith dünya turnesi kapsamında gerçekleşecek konseriyle İTÜ Stadyumu İstanbul'da sahne alıyor.



16 MAYIS

JOLLY JOKER'DE ROCK VAKTİ

Türk rock müziğinin en önemli gruplarından olan Mor ve Ötesi, 7. stüdyo albümünün yayınlanmasının ardından yeniden Jolly Joker Ankara'da sahne alıyor.



17 MAYIS

ANKARA'DA POP MÜZİK ZAMANI

Son albümü Kendim Gibi'yi 2012'de çıkaran Gökhan Tepe'nin sevilen şarkılarını söyleyeceği konseri, Jolly Joker Ankara'da gerçekleşiyor.



21 MAYIS

KADIKÖY'DE BİR CAZ SANATÇISI

Günümüz çağdaş müziğin en önemli şarkıcı ve bestecilerinden Jehan Barbur'un KadıköySahne, İstanbul'da gerçekleşecek konserini kaçırmayın.



25 MAYIS

"BÜTÜN ÇILGINLAR SEVER BENİ"

İnsan ilişkilerini çarpıcı bir dille anlatan Mert Fırat, Aslı Tandoğan ve Volkan Yosunlu'yu, Sabancı Kültür Sarayı Hasan Tahsin Salonu, İzmir'de seyredebilirsiniz.



26 MAYIS

JUSTIN TIMBERLAKE İSTANBUL'DA

ABD'li şarkıcı, söz yazarı, oyuncu, yapımcı ve işadamı Justin Randall Timberlake, 1990'ların sonunda, müzik grubu 'N Sync'in iki solistinden biri ve en genç üyesi olarak ünlendi. Grup, müziğe ara verdiğinde Timberlake, solo stüdyo albümleri Justified (2002) ve FutureSex/LoveSounds'u yayımladı. İlk albümünde "Cry Me a River" ve "Rock Your Body" hitleri bulunurken, ikinci albüm ABD'de Billboard 200 listesine bir numaradan girdi. Dokuz Grammy Ödüllü ve dört Emmy Ödüllü Timberlake'in konserini İTÜ Stadyumu'nda dinleyebilirsiniz.

FARUK ÖMRÜUZAK
fomruuzak@yahoo.co.uk



Bangaça hayali

BİR kışı daha tamamlamış bulunuyoruz. Çok sıkı bir kış olmadıysa da yine kış kıştır.

Bir taraftan boğazdaki erguvanlar yaprağa dönerken, bizde de yaz hayalleri filizlenmeye başladı. Şimdiden bir gün gelir bir **Tirhandil**'in yekesine otururum umuduyla "ahh Bodrum" diyerek iç çekmekteyiz.

Şimdi Akdeniz'in Ege'yle buluştuğu sular, hiç olmadığı kadar sessiz; sanki Poseidon'la İlayda el ele tutuşmuşlar bizleri bekliyor.

Birisi, eski Yunan'da denizlerin tanrısı. Güç bakımından Zeus'tan sonra geliyor. Diğeri, eski Türklerin su perisi. İkisi de suyla bütünleşmiş. Bizler iki ulus olarak başarmakta biraz zorlansak da, onlar çoktan dostluğu kurmuşlar bile... Akdeniz ve Ege'nin birbirine karıştığı bu sularda; Bahr-i Sefid'de bizleri ağırlıyorlar.

Akdeniz; eskinin deyişiyle Bahr-i Sefid, dünya denizciliğinin beşiği olmuş. En güzel, en görkemli, en denizci tekneler buralarda yapılmış.

Akdeniz'in bilinen en eski yerel tekneleri Tirhandil, Gulet ve Aynakıç.

Her üç tekne tipine **Gulet** dendiği görülmekle birlikte, aslında her üçü birbirlerinden oldukça farklı.

Gulet, brikten, (brigantine) küçük, iki direkli, pruvası kabasorta armalı bir tür uskuna. Fransızların "Goulette" dedikleri, Yunanlı yapımcılardan bize intikal etmiş "Barco"ların şekil değiştirmiş bir kopyası.

Fransızca sözlükte, "Bir çeşit deniz kırlangıcına verilen ad" olarak tanımlanan goulette'nin İngilizce karşılığı, "Schooner", Yunancası "Skuner", Türkçesi ise "Uskuna".

Uskuna ile gulet sanki birer farklı tekne türüymüş gibi algılanıyorlarsa da aslında aynı tip tekneler. Hem askeri amaçlı, hem de ticari amaçlı olarak tarih boyunca kullanılmışlar.

Kısacası uskuna ile guletler aslında aynı tip tekneler.

Guletlerin kökeni antik çağlara kadar uzanıyor. Orijinlerinde tirhandiller yatıyor.

Günümüzde dalışla bütünleşen Mavi Yolculukların sihirli teknesi olarak tanınıyorlar. Çeşitli boylarda yapılan ve eskiden sadece yelken gücüyle hareket eden guletler, bugün motorla takviye edilmiş.

Bu teknelerin en büyük özelliği, kıç tarafının yuvarlak olarak dönmesi.

Tüm dünyanın beğenisini kazanmış bulunan Bodrum guletleri, geniş kıç güvertesi, bangaça olarak adlandırılan güneşlenme yeri, geniş ve yüksek kabinleri ile Mavi Yolculuk yapmaya en uygun tekneler arasında yer alıyor.

Benim de gönlümde yatan, şu anda bir Bodrum Gulet'inin bangaçasında yanlamak ve Orhan Veli'nin şiirinde söz ettiği hayali gerçekleştirerek rüzgâra yelken açabilmek...

Ne hoş, ey güzel Tanrım, ne hoş.
Maviliklerde sefer etmek
Bir sahilden çözülüp gitmek
Düşünceler gibi başıboş.
Açsam rüzgâra yelkenimi,
Dolaşsam ben de deniz deniz
Ve bir sabah vakti, kimsesiz
Bir limanda bulsam kendimi.
Bir limanda büyük ve beyaz...
Mercan adalarda bir liman...
Beyaz bulutların ardından
Gelse altın ışıklı bir yaz,
Doldursa içimi orada
Baygın kokusu iğdelerin,
Bilmese tadını kederin
Bu her âlemden uzak ada.
Konsa rüya dolu köşkümün
Çiçekli damına serçeler.
Renklerle çözülse geceler,
Nar bahçesinde geçse gün.



ALİ ERÜL
alierul@gmail.com

Tüke(n)tim...

90'ların sonlarında oturduğum sitede bir yakınım için kiralık ev baktık. O yıllarda 15-20 yıllık olan site üstüne bir 20 yıl daha yaşlanmış olmasına rağmen kiralar dolar bazında % 50 artmış. Üstelik çevrede kuş konacak yer kalmamış, "şöyle bir balkonda oturayım da temiz hava / açık bir manzara alayım" durumu bitmiş her yerin inşaat olmasından; trafik desen bitik.

Bizler özel okulda okurken ailemize yükümüz hane gelirinin % 5'i civarında idi. Kızımın döneminde bu % 15'lere geldi. Bugün özel okula girenlerin aileleri için bu oran % 20'lerin üzerinde.

Öte yandan bundan çok değil 20 sene kadar önce bir ailenin mutfak ve yemek giderleri toplam bütçelerinin % 20'lerinde iken bugün % 10'lara düşmüş durumda. Aynı şekilde kültür, sanat giderlerinin de payı düşüyor. Diğer taraftan ise teknoloji ve iletişim giderleri artıyor.

Daha az yiyor (ya da daha ucuz yiyor); dışarıda yemek sayısını azaltıyor; sinemaya, tiyatroya, dost-akraba ziyaretine gitmiyor, arkadaşlarla bir yerlerde buluşmuyoruz. Bu tasarruftan sağladığımız fonu eğitime, sağlığa, teknolojiye, benzine vs. kullanıyoruz.

Özellikle büyük şehirlerde yaşam her gün yeniden ve sıfırdan başlayan bir savaşım haline geldiğinden büyük çoğunluk istediği ya da gerçekten gereksinimi olanla değil ön planda sunulan, bazen dayatılan, başkaları tarafından belirlenen önceliklere yöneliyor.

Yaşadığı ve gördüğü ile değil de tükettiği kadarı ile ölçülen ve değerlenen bireyler olduk. Bir yere gidip orada birkaç dost ile bir şeyler paylaşmak, anı defterine yaşanmışlıklar eklemek değil de salt o yerlerde bulunmak, görünmek, hatta oralara ulaşabilmek için çekilen trafik eziyeti, içeri girebilmek için gösterilen becerilerin paylaşımı haline gelmeye başladı yaşamlar.

Ekmeği kredi kartı ile alırken birkaç asgari ücret değerindeki telefonlara sahip olabilmek dönüşümüne uğradı öncelikler.

SEKTÖRDEN

Cumhuriyet Üniversiteliler İstanbul'daydı

20-23 Mart tarihleri arasında Cumhuriyet Üniversitesi Zara Veysel Dursun Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Sigortacılık ve Risk Yönetimi Bölümü öğrencileriyle hocalarından oluşan 25 kişilik bir grup, sektörde uygulamaları yerinde görebilmek için ziyaretlerde bulundu. 20 Mart'ta Acıbadem Sağlık ve Hayat Sigorta Genel Müdürlüğü ziyaret edilirken, burada Genel Müdür Yardımcısı Ahmet Ercüment Kepkep tarafından organize edilen bir sunum izlendi. Kepkep, "Zeki 25 gençle bir araya geldiğimiz organizasyonda, sigorta sektörünün gelişimini konuştuk" dedi.



Eski dostlar buluşması

Sektörde bir döneme imzasını atmış unutulmaz eski genel müdürler Cahit Nomer (Milli Re), Erhan Dumanlı (Yapı Kredi Sigorta), Mehmet Aydoğdu (Güneş Sigorta) Çetin Alanya (Ray Sigorta), Günel Başer (Koç Allianz) ve Bilgi Kongar (Oyak Sigorta) her ay olduğu gibi geçen ay da Kireçburnu Set Balık'ta buluştu. Oldukça hoş geçen bu buluşmada eski günlerle ilgili keyifli sohbetler edildi.





BENİM DÜNYAM

8 yaşına kadar hayatla ilgili hiçbir şey bilmeden yaşayan Ela ile aynı durumdaki ablasını trajik bir biçimde yitirdikten sonra hayatını engellilere adayan Mahir Hoca'nın yollarının kesişmesiyle siyahtan beyaza giden bu yolculukta sadece bir kelimeye yer yoktur: İmkânsız. Film, Mahir Hoca'nın karanlığın içindeki Ela'nın elinden tutarak onu üniversite sıralarına kadar taşıyışını ve Ela'nın umut ve vefa hikâyesini anlatıyor. Benim Dünyam; sadece karanlığı görebilenlere, karanlığın anlamını baştan yazdıranların hikâyesidir. Benim Dünyam filminin, Black filminin uyarlaması olduğu, filmin yapımcıları tarafından doğrulanıyor.

KÜNYE
Yönetmen: Uğur Yücel
Senaryo: Can Yücel, Uğraş Güneş
Oyuncular: Beren Saat, Uğur Yücel, Ayça Bingöl
Türü: Dram
Yapım Yılı: 2013



YEMEN'DE SOMON AVI

Film, Chocolat'ın yönetmeninden çok satan bir roman uyarlaması. Yemenli Şeyh Muhammed'in (Amr Waked) hayali, bu çöl ülkesinde bir balık çiftliği kurmaktır. Böylece halkının hayatına değer ve anlam katacağına inanmaktadır. Bu çalışmasında danışmanlık yapması için İngiltere'nin saygın balık uzmanlarından Dr. Alfred Jones'u çağırır. Ancak bilimadamı bunun absürt ve asla gerçekleşemeyecek bir proje olduğunu düşünmektedir. Ta ki İngiltere Başbakanı'nın basın danışmanı Patricia Maxwell destek verene dek... Filmin yönetmen koltuğunda Lasse Hallström oturuyor.



GEÇMİŞ

4 yıllık ayrılıktan sonra, karısı Marie'nin çağırması üzerine Ahmed, Tahran'dan Paris'e geri döner, geliş amacı boşanma davasıyla ilgili belgeleri tamamlamaktır. Kısa süreliğine yaptığı bu ziyaret esnasında eski eşi Marie'nin kızı Lucie'yle son derece sancılı ilişkisinin farkına varır. Annesinin ricasıyla Lucie'nin sorunlarını öğrenmeye karar veren Ahmed'in uğraşları, eski ve kuytuda kalmış bir sırrın ortaya çıkmasıyla sonuçlanacaktır. Asghar Farhadi'nin ülkesi İran dışında çektiği ilk film olan Geçmiş'in, bu yılın adından en çok söz ettiren yapımları arasında yer aldığı söyleniyor. Film, etkileyici bir aile dramı.



ÖLÜME DOĞRU

Addison ile kız kardeşi Lisa, acemice yapılan ve işlerin ters gittiği bir kumarhane soygunundan sonra ganimetleriyle kaçmayı başarırlar. Sonrasında çok kötü şartlar altında Kanada sınırına ulaşmaya çalışırlar. Ancak Addison, sınırı geçerken kargaşa çıkar ve Lisa eski belalı boksör Jay tarafından annesi ve emekli şerif babasıyla birlikte şükran gününü geçirmeye zorlanır. Birbiriyle alakasız insanların yolları bu şekilde kesişirken, kardeşler de aile bağlarının sınırlarını zorlayan heyecan verici bir ortamda tekrar bir araya gelirler... Stefan Ruzowitzky filmin yönetmen koltuğunda oturan isim.



JIMMY P.

İkinci Dünya Savaşı'nın ertesinde, Jimmy Picard, Fransa'da savaşmış bir Kızılderili olarak Kansas'taki Topeka askeri hastanesine sevk edilir. Bu hastane beyin hastalıkları konusunda uzmanlaşmış bir hastanedir. Jimmy Picard baş dönmesi ve sağırlık gibi birçok hastalıktan mustariptir ve hastalığıyla ilgili psikolojik nedenler bulunmadığında konulan teşhis şizofreni olur. Hastane yönetimi bir psikanalistin de fikrini almaya karar verir: Georges Devereux. Jimmy P., asla karşılaşmayacak olan ve aralarında hiçbir ortak nokta bulunmayan bu iki adam arasındaki dostluğun başlangıcı olan karşılaşmayı konu alıyor. Jimmy'nin hatırladığı rüyaları, birlikte yaşadıkları bir deneyim oluyor.

KÜNYE
Vizyon Tarihi: 2 MAYIS
Yönetmen: Arnaud Desplechin
Senaryo: Arnaud Desplechin, Kent Jones, Julie Peyr
Oyuncular: Benicio Del Toro, Mathieu Amalric, Gina McKee
Türü: Dram, Biyografik



9 MAYIS

PANZEHİR

Kadir Korkut 48 yaşında. 30 senedir Kara Cemal diye bilinen 70 yaşındaki bir suç reisinin; İstanbul'un tek hâkiminin sağ kolu. Acımasız ve etraflarında korku ile anılan ayrı nesillerin yarattığı yeraltı dehâları. Cemal yönetmekte, Kadir öldürmekte. Kadir, Elsa Lund adında kör bir kadına âşık olduğunda işler değişir. Kara Cemal, bitmek bilmeyen komploları uğruna oğlu bildiği ölüm meleğine de ihanet eder. Kadir, 6 saatte öldüren bir kimyasalla zehirlenir. Yaşamak ve sevdiklerini yaşatmak için tek çaresi Kara Cemal'in elinde tuttuğu panzehirdir. Filmin yönetmenliğini Alper Çağlar üstleniyor.



16 MAYIS

OCAK AYININ İKİ YÜZÜ

Yıl 1962. Parmakla örnek gösterilen bir Amerikalı çift olan Chester MacFarland ve eşi Colette, Atina'ya seyahat ederler. Akropolis'i gezerken tur rehberi olarak çalışan Rydal ile çalışırlar. Colette'nin güzelliğine kapılan Rydal, çiftin akşam yemeği davetini kabul eder. Fakat Rydal çiftin kaldığı otele gittiğinde her şeyin dışardan göründüğü gibi olmadığını kısa sürede fark edecektir. Chester, baygın yatan bir adamı sürüklemek için kendisinden yardım isteyince Rydal, bu Amerikalı çiftin sakladığı karanlık sırlara doğru çekilecektir. Filmin yönetmenliğini Hossein Amini üstleniyor.



30 MAYIS

EVRİM

Bilim adamı Will, istedikleri teknolojik yardımı yapmadığı için bir terörist grubun saldırısına uğrar ve cinayete kurban gider. Kendisi gibi bilim adamı olan eşi Evelyn, Will'in beynini gelişmiş bir süper bilgisayara entegre eder. Will'in bedeni ölmüştür ama beyni eşiyle yeniden iletişime geçer. Dahası Will, bağlı olduğu bilgisayardan internet aracılığı ile tüm dünyayı yaklaşan terörist tehlikeye karşı uyarmaya başlar. Fakat terörist grup, Will'in hâlâ hayatta olduğunu fark edince, süper bilgisayarı yok etmek için harekete geçerler... Yönetmenliğini Wally Pfister'ın üstlendiği filmin senaryosu Jack Paglen'e ait.

EMİN ÖZCAN
emin@sigortacigazetesi.com.tr



Bu sese kulak verin...

NİSAN ayının ortalarıydı. Akşam haberlerinde televizyon ekranına kırık dökük Türkçe konuşan bir Japon çıktı. Sırf bu konuşmayı yapabilmek için Türkçe öğrendiğini belirten bu adam, bizlere nükleer santral konusunda çok önemli bir uyarıda bulundu.

Ekrana yansıyan, Japon yönetmen Kouki Tange'nin, Japonya ile Türkiye arasında yapılan nükleer santral anlaşması sonrası "Sizin İçin Endişeleniyorum" adlı yaklaşık 6 dakikalık videosuydu.

Videoda, Japonyalı bir vatandaş Türkçe olarak Fukuşima nükleer santral felaketini yaşamış ülkesi adına Türkiye için endişelendiğini, hükümetinin Türkiye'ye nükleer santral satması nedeniyle de Japonların utanç içinde olduğunu söylüyordu.

"Lütfen nükleer fikrine alışmayın" çağrısı yapan yönetmen Kouki Tange, videoyu Sinop'ta yapılması planlanan nükleer santrale karşı mücadele veren Nükleer Karşıtı Platform'a bir mektup eşliğinde göndermişti.

'SİZİN İÇİN ENDİŞELİYİZ'

Bianet.org internet sitesinin haberine göre mektup şöyle:

"Size duygularımı medya aracılığıyla değil kendi sözlerimle anlatmak istiyorum.

Bir yıl önce kendimi ifade etmemin çok güç olduğunu düşünüyordum, aslında şimdi de hâlâ aynı zorluğu hissediyorum.

Şu dünyada bir şeylere karşı çıkan da var, ağzını açıp karşı çıkmaya korkan da... Farklı adaletlerin işlediği dünyada mücadele ediyoruz belki... Ve ben de bilmeden birisini incitmekten ona zarar vermekten korkuyorum. Bazen bundan korkarak sessiz kalıyorum. Peki ya söz hakkı özgürlüğümü kaybedersem... Geri dönüşü olmayan bir yola girilmiş olmaz mı diye düşünerek bir kere bile gitmediğim ülkenin insanlarına haykırmak istiyorum ki;

Nükleer kazayı yaşamış insanlar olarak biz sizin geleceğiniz hakkında endişe duyduğumuz için uykusuz geceler geçiriyoruz. En azından bu düşüncelerimi sizinle paylaşarak size dürüst olmak istiyorum, size duygu ve düşüncelerimi anlatmak bulabildiğim tek çözüm...

Ülkemizin nükleer enerjiyi ihraç etme arzusunda olduğu ülkenin insanları, sizin için endişeleniyoruz, size anlatmak istiyoruz ki;

Endişe içindeyiz,

Sizin için duyduğumuz bu endişe ülke sınırlarını aşıp da size ulaşır mı? Daha da önemlisi anlayacak mısınız yürekten ne demek istediğimizi?

Endişe içindeyiz,

Bundan sonra hayatın sana ne getireceğini hayal ediyorum. Ailenizin geleceğini hayal ediyorum. Sevdiklerinizin yakın arkadaşlarınızın geleceğini düşlüyorum.

Dilimiz de farklı, kültürümüz de. Üstelik sizinle hiç karşılaşmadık...

Kendi atalarımla ve benden sonraki gelecek nesillerle hiç tanışmadığım gibi, hiç karşılaşmadığım sizler için de endişe duyuyorum."

İNCEBURUN'DA ORMAN KIYIMI

Aynı günlerde, tamamen kesilmiş bir orman alanının fotoğrafı eşliğinde, Cumhuriyet gazetesinde şu haber yer alıyordu: "Sinop Nükleer Karşıtı Platform (Sinop NKP) üyeleri, merkez Abalı köyü İnceburun mevkiinde nükleer santral yapımı için ağaçsız alan yaratılmak istenmesine tepki gösterdi. Sinop NKP sözcüsü Zeki Karataş yaptığı açıklamada, "Abalı köyü sınırları içerisinde, bizlerin nefes almasını sağlayan ormanlık alanlarımız acımasızca katledilerek nükleer santral yapımı öncesi ağaçsız alan yaratılarak ormansızlaştırılmaktadır" dedi. (Cumhuriyet, 9 Nisan 2014)

Son sözü söyleyecek olan biziz. Ne dersiniz, bu seslere kulak verelim mi, vermeyelim mi?.. Esen kalın.



DAVİD KOHEN
david@kositassigorta.com.tr

Avrupa Birliği'nde otomobil eksperleri

ÜLKE	ALMANYA	FRANSA	İTALYA	İSPANYA	HOLLANDA	TÜRKİYE
NÜFUS	81.000.000	66.000.000	60.000.000	47.000.000	17.000.000	76.000.000
ARAÇ ADEDİ	54.520.000	38.138.0000	43.141.000	27.657.000	8.622.000	18.000.000
KARAYOLLARI UZUNLUĞU KM	626.981	978.000	452.541	163.273	131.400	367.000
1000 KİŞİYE DÜŞEN ARAÇ ADEDİ	673	577	719	588	507	263
OTO EKSPERLERİNİN ÇALIŞMA USULÜ	Bağımsız şirketlerden veya TUV gibi kurumlardan maaşlı	Bağımsız veya BCA gibi ekspertiz kurumlardan maaşlı	Bağımsız veya şirketlerden maaşlı	Bağımsız veya şirketlerden ve yabancı ekspertiz kurumlarından maaşlı	Bağımsız şirketlerden veya ekspertiz kurumlarından maaşlı	Bağımsız serbest meslek erbabı.
MESLEĞE KABUL ŞARTLARI	Mevzuat yok, mesleki dernekten diplomalı	Devlet diploması ve ulusal levhada kayıt	Çıraklık dönemi sınav ve levhada kayıt	Eksper dernekleri ve şirketlerce yönetilen sınav ve Ekonomi Bakanlığı ruhsatlı	Eğitim, sınav ve levhaya kayıt	En az lise ve teknik lise mezunu olmak. Hazine Müsteşarlığı'nın açtığı sınavda baraşılı olanlar 3 aylık staj sonucu levhaya kayıt olmalıdır.
ÖZELLİKLER	Kaza mağduru veya avukat doğrudan eksper tayin edebilir	Ağır hasarlarda eksperin görüşü önemli	Tazminat konusunda eksperlerin görüşü önemli olabilir	Bağımsız ve serbest şekilde çalışırlar	Şirket veya sigortalı tarafından da görevlendirilebilir.	Salt oto branşında görev yapabilirler. Sigorta şirketi ve sigortalı kendi eksperini serbestçe tayin edebilir.

Kaynak:L'Argus

Yorum

Avrupa topluluğu bünyesinde duvarların yıkılmasına rağmen, otomotiv sektörü eksperleri nadiren sınırlarını aşıyorlar. Çok sayıda faktör bu faaliyetin uluslararası düzeyde gelişmesini hala frenliyor.

GELİŞME FIRSATLARI VAR MI? REKABET ARTIYOR MU?

Avrupa Birliği bünyesindeki serbestleştirmenin yol açtığı tartışmalar meslek örgütlerinin bir ortak eğitim çerçevesinin tanımı üzerinde çalıştıkları bir anda, Avrupa'daki otomobil eksperleri için özel bir anlam kazanıyor. Uluslararası Otomobil Eksperleri Federasyonu (FIEA) tarafından yürütülen bu çalışma idari prosedürlerin sadeleştirilmesini ve Avrupa Birliği içinde serbest dolaşımı kolaylaştırmayı hedefleyen niteliklerin kabul edilmesiyle ilgili direktifin kapsamı içine giriyor.

ZOR HEDEF

Mesleğe giriş ve icra koşulları bir ülkeden diğerine önemli ölçüde değişiklik gösteriyor. Örneğin, Almanya'da, meslek henüz mevzuatla düzenlenmiş değil, halbuki Fransa gibi başka ülkelerde konuyla ilgili bir diploma almak ve ulusal levhaya kayıt yaptırmış olmak gerekiyor.
Nitelik konusunun ötesinde, çok sayıda faktör eksperlerin serbest dolaşımını kısıtlıyor. Ekspertiz dünyasında, Alman Dekra veya Hollandalı CED gibi bağlı ortaklıklarında yerel eksperler kullanan uluslararası gruplar mevcut. Fakat bu oyuncuların çoğu, Fransa'da olduğu gibi, uluslararası yatırım yapmaları oldukça güç olan mütevazı büyüklükte şirketler.

ARALARINDAKİ FARKLILIKLARA RAĞMEN AMAÇLARI ORTAK

Eksperler statü, mevzuat ve hasar yönetimi anlamındaki farklılıkları nedeniyle dağınık bir aile oluşturuyor. Fakat hapsinin ortak amacı aynı temel eğilimlere karşı durmak. OMPL'nin araştırma yaptığı on üç Avrupa ülkesinde, otomobil eksperlerinin faaliyetinin iki ülkede aynı seviyede kaldığı, geri kalan on bir ülkede ise gerileme gösterdiği ortaya çıktı. Kriz, hasar frekansının azalması ve zarar değerlendirme işleminin otomasyonu bu güçlükleri açıklamak için en fazla anılan unsurlar arasında yer alıyor. Bu arada yeni hizmetler gibi çok sayıda geliştirme yolu araştırılıyor. Eksperlerin ülkenin tamamında uzmanlıklarını tanıtmak için birlikte hareket etmeleri koşuluyla, araç satınalma, satış veya bakımı konusunda bireylere ve kurumlara destek ve danışmanlık hizmeti vermeleri muhtemel faaliyet çeşitlendirme formülleri arasında yer alıyor. Örneğin, France Barth Expertise Automobile şirketi, Fransa'da tescil edilen ve sigortalanan araçlarla ilgili olarak Almanya'da ekspertiz hizmetlerine devam ediyor. Yurtdışındaki temel güçlüklerden biri sigorta sektörünün, hasar yönetiminin ve ekspertiz tekniklerinin yerel özelliklerine adapte olmak şeklinde kendini gösteriyor. Bernard Barth "Almanya'da, eksperlere hem sigorta şirketleri hem de müşteriler, yetkili servisler ve avukatlar vekalet veriyor" diye açıklamada bulundu ve teknik düzeyde ekledi: "Eksperler aynı zamanda bir onarım sonucunda araçların değer kaybı gibi konularda çalışmalar yapıyorlar, bu ise yabancı oyuncuların kavramakta zorluk çektikleri mesleğin bir yüzü, çünkü değer kaybını tekdir etmek için kullanılan kriterler bölgeler arasında büyük farklılıklar gösteriyor."

BAHAR GÜZELLERİ



BAHARIN İKİNCİ FIKRASI

GELİN KAYNANA

Her gün tarlalarına ekine giden bir gelin ile kaynana varmış. İki adam onları gözlerine kestirmişler. Bunları alıp kaldıralım diye düşünmeye başlamışlar. Bir gün gelinle kaynana tarlaya giderken ortalığı yıkan bir ağlama duymuşlar. Dinlemişler ki kulübeden geliyor. Çıkalım bir bakalım deyip kapıyı çalmışlar. Adamlardan biri kapıyı açmış.
Kaynana: "Hayırdır" demiş "ne oldu?"
Adam demiş ki: "Cenazemiz var, buyurun içeri"
Gelin Kaynana içeri girmişler. Giriş o giriş!
Adamlar işlerini halletmişler. Neyse, gelin kaynana evden çıkmışlar.
Gelin sormuş: "Ana be, napacağız şimdi?"
Kaynana cevap vermiş: "Valla gelin seni bilmem ama ben yedisine de geleceğim, kırkına da. Sevaptır!"



AUTO KING

küçük hasarlarınız

VARMIŞ BİR YOKMUŞ

Aracınızın kaporta, boya, iç döşeme, ön cam ve plastik aksamlarından oluşan belirli ölçüsel limitler içinde kalan küçük ölçekli hasarlarınızı gözünüzde büyütmeyin. AUTO KING Mini Onarım hizmeti, hızlı ve özel onarım teknikleri ile hasarlarınızı hiç olmamış gibi gideriyor.

- AUTO KING, Mini Onarım ve Mobil Parça Onarımı hizmet konseptlerinin Türkiye ve Dünya'daki yaratıcısıdır.
- 2001 yılından beri Türkiye'de yaklaşık 1.4 milyon sigortalı "AUTO KING Mini Onarım" hizmetlerinden istifade etmiştir.

AUTO KING MİNİ ONARIM HİZMETLERİNİ KULLANAN DEĞERLİ İŞ ORTAKLARIMIZA TEŞEKKÜRLERİMİZLE...

AIG · AKSigorta · Allianz · Anadolu Sigorta · AXA Sigorta (sigortacılık / yeniden tanımlanıyor) · Demir Sigorta · Dubai Starr Sigorta · Ergo · Eureko Sigorta · Güneş Sigorta ("Kendinizi iyi hissedeceksiniz") · Halk Sigorta · HDI Sigorta · Hür Sigorta · Koru Sigorta (kendi şirketiniz) · Liberty Sigorta · Ray Sigorta · SBN Sigorta · Türk Nippon Sigorta · YapıKredi Sigorta · Ziraat Sigorta · Zurich Sigorta

www.autoking.org | Çağrı Merkezi 0850 333 54 64

Audi Servis

Onu bizim kadar iyi anlamak için ona 15 yıl boyunca aynı tutkuyla bakmanız gerekir.



15 yıldır sadece Audi için çalışan ve ilk günden beri Audi'ye aynı tutkuyla bağlı olan Şenyıldız, müşteri odaklı hizmet anlayışı ve detaylara önem veren titizliğiyle, teknoloji ve konforu sadece sürüş deneyimiyle sınırlamıyor. Satış öncesinden satış sonrası hizmetlere kadar Audi'ye sizin gibi tutkuyla dokunan bir tecrübe için siz de Şenyıldız'a gelin.

Şenyıldız

Sahilyolu Kennedy Cad. No: 90 Yenikapı / İstanbul Tel: (212) 402 20 00 **www.audisenyildiz.com**
Şenyıldız Butik: Valikonağı Caddesi No: 41 Nişantaşı / İstanbul Tel: (212) 638 94 94
Şenyıldız bir **Doğuş Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş.** yetkili satıcısıdır.

Audi Şenyıldız
iPhone uygulaması
Available on the App Store 'da