

Transfer ve atama furyası

BNP Paribas
Cardif'ten
"Kadına Değer Sigortası"

Sigortada

INSURTECH dönemi başlıyor



HDI Sigorta
Genel Müdürü
'Aracısız satışa inanmıyorum'



DOÇ. DR. SERRA EREN SARIOĞLU YAZDI

Katılımcılar açısından BES'in 2016 karnesi

Allianz'da Otomatik Katılım Çok Pratik

**Siz de şirketiniz için Allianz'a gelin,
Otomatik Katımlı Bireysel Emeklilik'te
güvenilir bir ortağınız olsun.**

İşte Otomatik Katımlı Bireysel Emeklilik'te Allianz'ı seçmeniz için 3 neden:

Güçlü teknolojik alt yapıyla çözüm odaklı hizmet anlayışı.

Allianz'ım mobil uygulamasıyla geniş kapsamlı bireysel emeklilik ve sigorta uygulaması.

Ödüllü müşteri hizmetleriyle rahat iletişim.

A'dan Z'ye güvenceniz

Allianz 

allianzemeklilik.com.tr
allianz yasamemeklilik.com.tr



Allianz'ım Mobil Uygulama





Değişim erken başladı

Yeni yılla birlikte sigorta sektöründe hareketlilik başladı. Daha ilk ayda dört şirketin genel müdürü değişti. İstanbul'da yöneticiler değişirken Ankara'da da sektörün patronu değişti. Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürlüğü'nü vekaleten yürüten Gökhan Karasu istifa etti ve yerine Dr. Şerif Çakırsoy atandı. Ülke olarak daha fazla hoşgörü ve uzlaşmaya ihtiyacımız olduğu bir dönemde bu atama sektör tarafından olumlu karşılandı. Malum Çakırsoy, sektörün yakından tanıdığı, yıllardır Hazine'de görev yapan bir isim. Sektörün birçok sorununun olduğu, bireysel emeklilikte otomatik katılımın başladığı dönemde zor bir görev üstlendiği bir gerçek. Umarım tüm paydaşlarına eşit uzaklıkta durur; "ben bilirim, ben yaparım" değil, "biz biliriz, biz yaparız" anlayışıyla hareket edip herkesin ortak sesi olmayı başarır. Peki Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürü Dr. Şerif Çakırsoy kimdir? 1970 yılında Trabzon'da doğan Çakırsoy, ilk ve orta öğrenimini Trabzon'da tamamladı. Trabzon Lisesi'nden mezun olduktan sonra ODTÜ Makina Mühendisliği'nden 1992'de lisans, 1995'te de yüksek lisans derecelerini aldı. 1992-1996 yılları arasında aynı bölümde araştırma görevlisi olarak görev yaptı.

1996'da Hazine Müsteşarlığı sınavını kazanarak Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü'nde uzman yardımcısı olarak göreve başladı. 1999'da "1980 sonrası Türkiye'nin Dışa Açılma Sürecinde Teşvik Politikalarının Gelişimi" başlıklı teziyle "Hazine Uzmanı" oldu.

2001-2002 akademik yılında Belçika'daki Vlerick Business School'da MBA eğitimini tamamlamasını takiben Sigortacılık Genel Müdürlüğü'nde göreve başladı. 2004'te şube müdürü, 2007'de daire başkanı, 2014'te de genel müdür yardımcısı olarak atandı. Bu süreçte Hazine Müsteşarlığı'nı temsilen Türkiye Kalkınma Bankası'nda yönetim kurulu, Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi yönetim komitesi ve Tarım Sigortaları Havuzu disiplin kurulu üyelikleri yaptı. Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı, Hacettepe Üniversitesi ve Başkent Üniversitesi'nde sigortacılıkla ilgili dersler verdi. Teknoloji Yönetimi Ana Bilim Dalı'nda sürdürdüğü akademik çalışmasını 2011 yılında tamamlayarak doktora derecesi aldı. Dr. Şerif Çakırsoy, 2017 yılı ocak ayında Sigortacılık Genel Müdürlüğü görevine atandı.

Umarım bu değişimler sektörün geleceği açısından umudun ötesinde çok daha faydalı olur. Hepsinden önemlisi de İstanbul ile Ankara arasında kaybolan umutlar yeniden yeşerir ve sektörün büyümesine katkı sağlayacak düzenlemeler için yeni bir ortam oluşur.

Künye

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

Kayhan Öztürk
kozturk@finansgundem.com

Genel Yayın Yönetmeni
Barış Bekar
bbekar@akiliyasadergisi.com

Yazı İşleri Müdürü
Abdullah Çetin
acetin@finansgundem.com

Editör
Berrin Uyanık Bekar
buyanik@akiliyasadergisi.com

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

Fotoğraf
Çelik Çelikyaman

Görsel Tasarım
Medya Gündem Dijital Yayıncılık

Reklam Rezervasyon
Seda Uygun
suygun@finansgundem.com

Yayıncı şirket:
Medya Gündem Dijital Yayıncılık ve Tic. A.Ş.
Cumhuriyet Cad. No: 181 Efser Han K: 8
Harbiye / Şişli - İstanbul
Tel: 0212 255 32 92-93-94
Fax: 0212 238 72 07

Baskı: Bilnet Matbaacılık ve Ambalaj San. A.Ş.
Dudullu Org. San. Bölgesi 1. Cd. No: 16
Ümraniye / İstanbul Tel: 444 44 03

Dağıtım: Yaysat A.Ş.





20



38



32



26



28

20

"Aracısız satışa inanmıyorum"

HDI Sigorta'nın Türkiye pazarına yönelik sürdürülebilir büyüme ve karlılık iştahı sürüyor. Ceyhan Hancıoğlu, HDI'nin bir acente şirketi olarak yola devam edeceğini de özellikle vurguluyor...

24

Insurtech geçici bir moda mı?

Uber, Netflix, Spotify, Ebay gibi "yıkıcı" girişim örnekleri sigortacılıkta da görülecek. Insurtech girişimleri Türkiye'de de sigorta dinamiklerini değiştirecek, bu değişimde hızlı davranan sigorta şirketleri rekabette öne çıkacak...

26

Kadın sağlığı tam koruma altında

2030 yılında kadınlarda kansere bağlı ölüm sayısının dünya genelinde 5.5 milyona ulaşacağı öngörülüyor. Bu gerçekten yola çıkan BNP Paribas Cardif, kadınlara özel kanser türlerine karşı çok boyutlu koruma sağlayan "Kadına Değer Sigortası"nı geliştirdi...

28

Acenteden trafik sigortası yaptırana üçlü asistans paketi

TOBB Sigorta Acenteleri İcra Komitesi ve Assist Line işbirliğiyle geliştirilen "Acente Asist AA+" projesi, acentelerden trafik sigortası alanlara trafiğin yanı sıra konut ve sağlık poliçeleri için geçerli asistans hizmetlerini de sunuyor...

32

Sompo Japan 2017'ye iddialı girdi

Başta yangın sigortaları olmak üzere oto dışı tüm branşlarda acenteler tarafından tercih edilen ilk şirket olmak isteyen Sompo Japan Sigorta, yeni yılda müşteri ve acente memnuniyetini artırmak için birçok yenilikçi proje ve ürün geliştirecek. Genel Müdür Yardımcısı Uğur Özer, değişen dünyanın bir gereği olarak "sorumluluk sigortaları" alanında da atılım içerisinde olduklarını söylüyor...

38

Reklam ve pazarlama dünyasının arıları

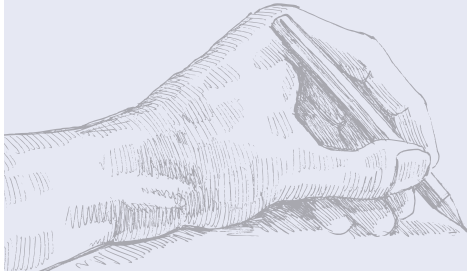
Sigorta kökenli Cem Kenger ile asistans hizmetlerinde deneyimli Gözde Narman tarafından kurulan Beefikir, kurumsal müşterilerine etkili pazarlama ve reklam iletişimi konusunda uçtan uca hizmetler sunuyor...

56

İlk 2 haftada 115 şirket AvivaSA'yı seçti

Fon büyüklüğünde 11.8 milyar TL ile sektör lideri olan AvivaSA, otomatik katılımın ilk 16 gününde, aralarında dev holdinglerin de yer aldığı 115 şirket tarafından tercih edildi...

yazarlar



18

Dalkan Delican

Otomatik katılımı kim kazanacak?

42

Zeynep Turan Stefan

Büyük veri yönetimi ve sigortacılık

30

Sinan Metin

Değişen yöneticiler ve aklındaki sorular

60

Doç. Dr. Serra Eren Sarıoğlu

BES'in 2016 karnesi 1: Katılımcılar

KASKOPİLOT

İyi Süren Kazanır!

Kaskopilot, iyi sürücülerin skorlarına göre ödüllendirildiği bir Groupama Sigorta mobil uygulamasıdır.

Google Play ve AppStore'dan ücretsiz indirin, kullanın, iyi sürün, kazanın.



Kaskopilot, Groupama Kasko poliçesi olanlara özeldir.

0850 250 50 50 | www.kaskopilot.com.tr



Sigorta

Allianz araştırdı: Sürücülerin düşmanı cep telefonları!

Allianz Teknoloji Merkezi (AZT) tarafından Almanya, Avusturya ve İsviçre'de yapılan "yol güvenliği araştırması", sayısı artan trafik kazalarıyla araçlarda kullanılan bilgi, iletişim ve eğlence teknolojileri arasındaki ilişkiyi inceledi. Institute for Applied Psychology ve Makam Market Research işbirliğiyle 1600 şoförle görüşülerek yapılan araştırmada, sürücülerin trafikteyken teknik cihazlara odaklanmaları nedeniyle kaza riskinin önemli ölçüde arttığı kanıtlandı. Son 3 yılda kaza yapan sürücülerin yüzde 60'ının, kaza sırasında cep telefonlarını kullandıkları tespit edildi. Kaza yapmayan sürücülerde ise cep telefonu kullanma oranının yüzde 37 olduğu açıklandı.

Allianz Türkiye Operasyonlar Genel Müdür Yardımcısı Tolga Gürkan, araştırmayı şöyle yorumluyor: "Rapor her 10 ölümlü kazadan birinin sürüşle ilgili olmayan aktivitelerden kaynaklandığını gösteriyor. Almanya'da geçen yıl yaklaşık 3 bin 500 kişi trafik kazalarında hayatını kaybetti. Araştırmaya göre bu ölümlerin 256'sında, taraflardan birinin alkolün etkisinde olması başlıca sebep. Ancak yaklaşık 350 kişinin ise dikkat dağınıklığı nedeniyle meydana gelen kazalarda hayatını kaybettiği görülüyor. Geçmişte, alkolün etkisinde araç kullanmak hafif bir suç olarak kabul edilmekteydi. Bu durum artık günümüzde Türkiye dahil pek çok ülkede kabul görmüyor. Araç kullanırken cep telefonu kullanılmasına karşı da tüm dünyada bu tutumun geliştirilmesi gerekiyor. Bu çalışma,

sürüş sırasında cep telefonu kullanmanın ölümlere yol açtığını ortaya koyuyor. Yarıyıl tatili öncesi, özellikle de uzun yola gidecek sürücülerimize, yolculuk sırasında dikkat dağıtacak tüm teknolojik cihazlardan uzak durmalarını tavsiye ediyoruz."

Sürücülerin yarısı araba kullanırken telefon kullanıyor

Allianz tarafından yapılan çalışmaya göre sürücülerin yüzde 46'sı cep telefonu kullanmama kuralını ihlal



Tolga Gürkan

ediyor. Sürücülerin yüzde 74'ü ise araca entegre teknik cihazların dikkatlerini dağıttığını belirtiyor. Yüzde 39'u navigasyon sistemini, yüzde 58'i ise ön paneldeki menü aracılığıyla radyo sistemini kullanıyor. Sürücülerin yüzde 15'i trafikteyken SMS yazıyor ve yüzde 24'ü akıllı telefonlarını kullanarak mesajlarını okuyor. 24 yaş



altı katılımcılar arasında bu oranın çok daha yüksek olduğu görülüyor. Bu yaş grubundaki katılımcıların yüzde 23'ü araba kullanırken mesaj yazıyor ve yüzde 27'si mesajlarını okuyor. Tüm yaş gruplarındaki katılımcıların yüzde 29'u ise kimin kendilerine mesaj veya çağrı gönderdiğini görmek için cep telefonlarını kontrol ettiğini belirtiyor.

Araştırma, sürücülerin yüzde 52'sinin dikkatinin yolcuların yaptığı telefon konuşmaları nedeniyle dağıldığını da ortaya koyuyor. Allianz yol güvenliği uzmanları ayrıca, sürücülerin araçta film izlemeleri gibi dikkat dağıtan birtakım uygulamaların özellikle yasaklanmasını tavsiye ediyor. Uzmanların diğer önerileri de şöyle:

- Navigasyon sistemine varış noktasını girmek ya da ön panelden internete erişmek gibi güvenlik üzerinde kritik bir etkisi olan ancak sürüşle ilgili olmayan işlevler, araba seyir hâlindeyken sürücü tarafından kullanılmayacak şekilde devre dışı bırakılmalı.

- Farklı taşıt türlerindeki mobil ve entegre aygıtlar ile uygulamaların ergonomik

tasarımı birbirine uyumlu hâle getirilmeli ve basitleştirilmeli.

- Acil durum fren destek sistemleri tüm yeni araçlara entegre edilmeli. AZT'nin araştırması; tüm taşıtlar uygun şekilde donatıldığında, önden çarpışmalı kazaların üçte birinden fazlasının önlenilebilir ve etkilerinin azaltılabilir olduğunu gösteriyor.

“Çalışanlarımızın geleceği için sektörün en çok tercih edilen şirketi* Garanti Emeklilik’i seçtik. Çünkü uzmanlık bizim için önemli.”

Cenk Soygür



Bireysel emeklilikte “Otomatik Katılım” dönemi başlıyor! Siz de bu yeni dönemde Garanti Emeklilik’i tercih edin, uzman kadromuz ve tecrübemizle her zaman yanınızda olalım.

 Garanti Emeklilik

Garanti Şubeleri - 444 0 336 - garantiemeklilik.com.tr

*Emeklilik Gözetim Merkezi’nin 9.12.2016 tarihli verilerine göre Garanti Emeklilik, bireysel emeklilik katılımcı sayısında 1. sırada yer almaktadır.

Geç Donan Asfalt, trafik kazalarını ve tuzlama maliyetlerini azaltacak

Generali Sigorta, Koç Üniversitesi tarafından Tüpraş'ın katkılarıyla başlatılan "Geç Donan Asfalt" projesini desteklediğini duyurdu. Koç Üniversitesi Mühendislik Fakültesi tarafından başlatılan çalışma, özellikle soğuk ve karlı havalardan etkisiyle yollarda buzlanmaya bağlı trafik kazalarını azaltmayı hedefliyor. Generali Sigorta Genel Müdürü Mine Ayhan, "Kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı içerisinde ele aldığımız bu projenin uzun vadede sürücülerin ve yayaların hayatına önemli etkileri olacağına inanıyoruz" diyor. Ayhan, trafik kazalarının sosyal ve ekonomik etkilerini şöyle değerlendiriyor:

"İstatistiklere göre Türkiye'de 2006 ve 2016 yılları arasında gerçekleşen trafik kazalarında 40 bin 870 kişi olay yerinde yaşamını yitirdi. Bu kazalarda 2 milyon 325 bin 943 kişi de yaralandı. Islak yollardaki kazaların yüzde 81'i

karlı ve buzlu yollarda gerçekleşiyor. Kayıtlara göre sadece 2014 ve 2015 yıllarında karlı ve buzlu yollar sebebiyle toplamda 4 bin 796 kaza meydana geldi. Bu kazalarda 182 kişi hayatını kaybederken 11 bin 745 kişi de yaralandı. Tüm kazaların neden olduğu

yıllık sosyoekonomik zarar ise ortalama 22 milyar TL olarak hesaplanıyor. Bu tabloya sigortacılık sektörünü de eklediğimizde ortaya kasko, trafik, zorunlu karayolu taşımacılık poliçeleri, masraflar da dahil olmak üzere 8.2 milyar TL civarında bir maliyet çıkıyor."

Generali Sigorta, Geç Donan Asfalt projesiyle karla mücadelede

kullanılan tuzun azalmasına da katkı sağlayacak. Ayhan, "Son 17 yılda sadece 18 ilde kullanılan tuz miktarı 1 milyon 82 bin 408 tonu buldu. Yine aynı dönemde kar ve buzla mücadelede kullanılan tuz miktarında yüzde 400 artış olduğunu görüyoruz.



Mine Ayhan

**DONMADAN
YOLA
DEVAM**

Buna kullanılan solüsyonu da dahil ettiğimizde ortaya daha vahim bir tablo çıkıyor. Trafik kazalarının ve kullanılan tuz miktarının azalması ekonomimize azımsanmayacak seviyede katkı sağlayacak. Asfalt yolların bakım ve onarımı için ayrılan bütçeden de ülke olarak tasarruf edeceğiz."

Generali Sigorta, Geç Donan Asfalt projesini uygulama aşamasına kadar desteklemeye devam edecek. Laboratuvar çalışmalarının ardından üretilen asfalt öncelikli olarak Türkiye yollarında uygulanacak. Ayhan, sonrasında projeyi Generali'nin hizmet verdiği 60'tan fazla ülkede hayata geçireceklerini belirtiyor.

Generali'den ikinci el araçlara özel kasko poliçesi

Generali Sigorta, sektörde ilk ve tek olan yeni ürünü Yenileyen Kasko ile ikinci el araçlara özel kasko poliçesi sunuyor. Yenileyen Kasko Hizmet Paketi ile arabaların hem dış hem de iç aksamalarının ortalama 300 TL değerindeki bakımını ücretsiz yapıyor. Paket kapsamındaki "Kaporta Dış Boya Parlatma ve Boya Mükemmelleştirme" hizmetiyle kaporta yüzeyine yapışmış olan ve suyla temizlenemeyen inatçı kirler kolaylıkla temizlenirken, "Ekspres İç

Yenileyen Kasko ile Aracınız İlk Günkü Gibi



Temizlik" ile anti bakteriyel temizlik ürünleri kullanılarak iç aksamaların temizliği hızlı bir şekilde yapılıyor. Arabasını seven sürücüler için aracın görüntüsünde büyük fark yaratacak hizmetlerden bir diğeri olan "Çelik ve

Alüminyum Alaşım Jant Temizliği" ile jant yüzeyinde fren balata tozları, yağ lekeleri ve yol atıklarının oluşturduğu kirler temizlenirken, kullanılan özel temizleme cihazıyla jantlar mat görünümünden kurtuluyor. "Lastik Temizlik Hizmeti" ile ise lastik bakımı yapılarak yüzeye parlaklık kazandırılıyor. Yenileyen Kasko poliçesi sahipleri, tüm bu hizmetleri Generali Sigorta'nın anlaşmalı olduğu Autoking servisleri aracılığıyla alabiliyor.

Aklınız evinizde kalmasın...

Bizim Konut Sigortası ile yuvarınızı sadece tehlikelere karşı korumuyoruz, sizin ve sevdiklerinizin keyfi hiç bozulmasın diye mobilyalarınızın küçük hasarlarını onarıyor, kombi/klima bakımınızı da yapıyoruz.

ERGO



Yangın



Sel ve Su Baskını,
Dahili Su



Hırsızlık



Grev, Lokavt,
Halk Hareketleri,
Terör



Dolu ve Yer Kayması,
Kar Ağırlığı



Küçük Hasar
Onarımı

0850 211 11 11

www.ergosigorta.com

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

Detaylı bilgi için www.ergosigorta.com sayfamızı ziyaret edebilirsiniz.

İzmir Barosu avukatlarına 2 yıl ücretsiz mesleki sorumluluk sigortası

İzmir Barosu ve bir banka arasında yapılan anlaşmayla İzmir Barosu'na kayıtlı tüm avukatlar, 1 yılı geriye dönük olmak üzere toplam 2 yıllık ve 100 bin TL limitli ücretsiz mesleki sorumluluk sigortası hakkı kazandı. İzmir Barosu Başkanı Av. Aydın Özcan, anlaşma ve içeriğiyle ilgili şu değerlendirmeyi yapıyor: "Meslektaşlarımızın hangi hizmetlere ihtiyacı olduğunu tespit edip o yönde çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Mesleki sorumluluk sigortası da bu ihtiyaçlardan biri. Bunu nasıl hayata geçiririz üzerine yaptığımız kapsamlı araştırma sonucunda özel bir bankayla, üstelik 1 yılı da geriye dönük olmak üzere toplam 2 yıllık, 100 bin TL limitli ve İzmir Barosu'na kayıtlı tüm avukatları kapsayacak bir sözleşmeye imza attık. Meslektaşlarımız hiçbir ücret ödmeden iki yıllık mesleki sorumluluk sigortası sahibi olabilecekler."



"Sigorta zararı karşılar, alarm sistemi zararın oluşmasını engeller"

Güvenlik şirketi Pronet, "5 Korumalı Güvenlik Hizmeti" ile hırsızlık, acil sağlık, yangın, gaz kaçağı ve su baskını gibi tehlikelere en hızlı şekilde müdahale edilmesini sağlıyor. "Sigortam var, önlem almama gerek yok" yaklaşımının yavaş yavaş terk edilmeye başladığına dikkat çeken Pronet Pazarlama ve İş Geliştirmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ediz Habip, "Sigorta hırsızlık, acil sağlık, yangın, gaz kaçağı



ve su baskını gibi olaylar sonrasında zararı karşılar. Pronet'in sunduğu '5 Korumalı Güvenlik Hizmeti' ise bu olaylara en hızlı şekilde müdahale edilmesini sağlayarak, zararın oluşmasını engeller. Bu doğrultuda, sigorta ve alarm sistemi birbirinin

alternatifi değil, tamamlayıcısıdır" diyor. "5 Korumalı Güvenlik Hizmeti"nden faydalanan ev ve işyerleri Pronet Alarm Haber Alma Merkezi tarafından

ısı, duman ve gaz detektörleriyle de karbon monoksit, LPG, doğalgaz kaçaqları ile yangın tehlikesine karşı koruma sağlıyor. Panik anında tek tuşla güvenlik güçlerine ulaşımı sağlıyor. Ediz Habip'in verdiği bilgiye göre Pronet Alarm Haber Alma Merkezi; itfaiye,

polis ve ambulans yönlendirmeleriyle her yıl 4 bine yakın vakaya müdahale edilmesini sağladı.

"5 Korumalı Güvenlik Hizmeti", Pronet Plus sayesinde uzaktan yönetilebiliyor. Akıllı telefonuna indirecekleri uygulama kullanıcılar, dünyanın öbür ucunda olsalar bile alarm sistemlerini uzaktan kurup kapatabiliyor, cep telefonlarına alacakları anlık bildirimlerle evlerinde ne olup bittiğini takip edebiliyor, alarm sistemini kurmayı unutup evden ayrıldıklarında Pronet Plus tarafından uyarılıyor ve uzaktan sistemi açıp kapayabiliyor.

OTOMATİK BES VAR



%25 DEVLET KATKISI



1.000 TL EK DEVLET KATKISI



PİŞMANLIK YOK



BİREYSEL EMEKLİLİK SİSTEMİ
BİRLİKTE KAZANDIRAN SİSTEM

BİREYSEL EMEKLİLİKTE
**OTOMATİK
KATILIM**

Otomatik katılımla bireysel emekliliğe dahil olanlar birikimlerine **%25 devlet katkısı** alıyor. Üstelik sistemde kalmaya devam edenler **1.000 TL'lik ilave devlet katkısı** kazanıyor. Gelin, siz de yarınlar için bugünden kazanın.

5510 sayılı Kanununun 4-A ve 4-C maddeleri kapsamındaki 45 yaş altındaki çalışanlar kademeli olarak dahil olur. Kanuni limit dahilinde katkı payının %25'i oranında Devlet Katkısı sağlanır. İki aylık cayma süresinin sonunda sistemde kalınması halinde 1.000 TL ilave Devlet Katkısı kademeli olarak hak edilir.

www.otomatikbes.info

YEPAŞ'ın serbest tüketicilerine ücretsiz Unico sigorta paketi

YEPAŞ, Unico Sigorta'yla işbirliği yaparak serbest tüketici müşterilerine ücretsiz sigorta paketi hediye ediyor. Bireysel kullanıcılar "EnerjikEvim Kampanyası", sanayi ve ticarethane kullanıcıları ise "EnerjiKobi Kampanyası" ile bu hizmetlerden faydalanabiliyor. Mesken, konut kullanıcıları için 12 ay, ticarethane ve sanayi gibi İşyerleri içinse 24 ay taahhülle serbest tüketici olan YEPAŞ aboneleri, avantajlı tarifelerden yararlanmanın yanı sıra konut/işyeri sigorta poliçesine sahip olma ve piyasa değeri yüzlerce TL'yi bulan ek hizmetlerden ücretsiz yararlanma imkânına sahip olacak.

Unico Sigorta'nın, "EnerjikEvim Kampanyası" ile tüketiciler ferdi kaza sigortasının yanında konut asistans paketine de sahip olacaklar. Konut asistans paketinde bulunan kombi bakım hizmeti, göz muayene hizmeti, diş muayene hizmeti, cam onarım hizmeti, çilingir hizmeti ve elektrik tesisatı hizmetinden ücretsiz olarak faydalanabilecekler. İşyerleri ise "EnerjiKobi Kampanyası" ile yine ferdi kaza sigortasının yanında klima bakım hizmeti, elektrik iç tesisatı hizmeti, hukuki danışmanlık hizmeti, cam onarımı hizmeti, çilingir hizmeti ve web sitesi ile IT desteğinden ücretsiz yararlanabilecek.

Unico Sigorta Genel Müdürü Cenk Tabakoğlu, "Ürünlerimizi doğru zamanda ve doğru kanaldan hedef kitlelere ulaştırmak en önemli önceliklerimiz arasında. YEPAŞ ile yaptığımız işbirliğini sigorta bilincinin artması ve sigortanın yaygınlaşması konusunda da bir fırsat olarak görüyoruz" diyor.



YEPAŞ Satış Pazarlama
Koordinatörü
Arif Akşam

Unico Sigorta Genel
Müdürü Cenk
Tabakoğlu

Sigortayeri Genel
Müdürü Cüneyt
Tanrıverdi

Aylık faturası 82 TL'yi geçen serbest tüketici olabiliyor

YEPAŞ Satış Pazarlama Koordinatörü Arif Akşam, işbirliği hakkında şu bilgileri veriyor: "Çalık Holding'e bağlı iştiraklerimizden Sigortayeri ile yarattığımız grup sinerjisiyle Unico Sigorta'nın müşterilerimiz için özel hazırladığı sigorta paketi kampanyasını değerli müşterilerimizle buluşturuyoruz. 2017 yılı için EPDK tarafından belirlenen limitler çerçevesinde aylık faturası 82 TL'nin üzerinde olan tüketiciler serbest tüketici olabiliyor. Bu durum rekabetçi ve liberal bir piyasa yaratacak, hem sektöre hem de müşterilerimize büyük faydalar sağlayacaktır. Biz de bu yeni dönemde müşterilerimizin karşısına onların beklentilerine uygun olarak gerçekleştireceğimiz pek çok kampanyayla çıkıyor olacağız. Bu işbirliğiyle yeni dönemin en güçlü habercisi olup müşterilerimiz için değer yaratmak, beklentilerine kalite

ve istikrarla karşılık vermek ilk önceliğimiz olacaktır. Bu kampanyada, holding iştirakimiz Sigortayeri'nin öncülüğünde sigorta sektörünün en önemli firmalarından olan Unico ile işbirliği yapmak da bizleri ayrıca mutlu etti."

Sigortayeri Genel Müdürü Cüneyt Tanrıverdi de tüketici yararına önemli bir işbirliğine aracılık ettikleri için memnuniyet duyduklarını belirterek, "Sigortayeri olarak hem kurumların hem de müşterilerin yararına projeleri gerçekleştirmeye ve işbirliği fırsatlarını değerlendirmeye önem veriyoruz. Unico Sigorta ve YEPAŞ gibi iki büyük kuruluşun bu çerçevede bir araya gelmesine ve bu önemli işbirliğinin hayata geçmesine katkı sunmaktan memnunuz. Yapılan işbirliği Unico Sigorta, YEPAŞ ve YEPAŞ aboneleri için faydalı sonuçlar doğuracaktır. Emeği geçen herkese teşekkür ediyor, hayırlı olmasını diliyorum" diyor.

KENDİNİZE YENİ BİR SAYFA AÇIN! OTOMATİK KATILIMDA BİRİKİMİNİZ BNP PARIBAS CARDIF GÜVENCESİNDE!

45 yaşın altında
herkesi kapsıyor

1.000 TL
ek Devlet Katkısı

Gelirin %3'ü kadar
katkı payı
ödemesi

%25
Devlet Katkısı

Giriş aidatı
yok

Yönetim gider
kesintisi yok

İş değiştirilse de
sözleşmeye devam
edebilme imkanı

Emeklilikte
gelir sigortasına
%5 ek Devlet
Katkısı

Bireysel Emeklilik'te Otomatik Katılım dönemi başlıyor. Birikimlerinizi BNP Paribas Cardif güvencesinde değerlendirmek için sizi 444 43 23 Müşteri İletişim Merkezimize bekliyoruz.

bnpparibascardif.com.tr

[BNPPCardifTR](#)

[BNPPCardifTurkiye](#)



BNP PARIBAS CARDIF
EMEKLİLİK

Değişen
dünyanın
sigortacısı

Sanem
Çingay Oğuz

Groupama'ya iki yeni genel müdür yardımcısı

Sigorta sektöründe transferler hız kazanmaya başladı. Eylül ayında Groupama Sigorta'nın genel müdür yardımcısı Suat Oruç, ERGO Sigorta'ya transfer olmuştu. Şimdi de ERGO Sigorta'nın genel müdür yardımcılarında Sanem Çingay Oğuz, Groupama Sigorta'ya aynı görevle transfer oldu. Groupama Sigorta, genel müdür yardımcılığı pozisyonu için bir transferi de Somp Japan Sigorta'dan yaptı. Yıllardır Somp Japan Sigorta'da görev yapan Engin Deniz Şener, şirkette son olarak bölgeler acente satış grup müdürü görevini yürütüyordu.



Sigorta

Sigortanın patronu değişti

Hazine Müsteşarlığı'nda geçen ay sürpriz bir gelişme yaşandı. Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdür Vekili Gökhan Karasu'nun görevinden ayrıldığı açıklandı. Sigortacılık genel müdürü Ahmet Genç'in Hazine Müsteşar Yardımcısı olarak atanmasıyla birlikte Genç'in yerine vekaleten atanan Gökhan Karasu'nun bu görevi oldukça kısa sürdü. Karasu istifa etse de Hazine'deki görevine genel müdür yardımcısı olarak devam edecek. Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürlüğü'ne atanan isimse Dr. N. Şerif Çakırsoy oldu. Çakırsoy, 1970 yılında Trabzon'da doğdu. İlk ve orta öğrenimini Trabzon'da tamamladı. Trabzon Lisesi'nden mezuniyetinin ardından ODTÜ Makina

Dr. N. Şerif
Çakırsoy

Mühendisliği'nden 1992'de lisans ve 1995'de yüksek lisans dereceleri aldı. 1992-1996 yılları arasında aynı bölümde araştırma görevlisi olarak görev yaptıktan sonra 1996'da Hazine Müsteşarlığı sınavını kazanarak Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü'nde uzman yardımcısı olarak göreve başladı. 1999'da "1980 sonrası Türkiye'nin Dış Açılma Sürecinde Teşvik Politikalarının Gelişimi"



başlıklı teziyle Hazine uzmanı oldu. 2001-2002 akademik yılında Belçika'da bulunan Vlerick Business School'da MBA eğitimini tamamlamasını takiben Sigortacılık Genel Müdürlüğü'nde göreve başladı. 2004'te şube müdürü, 2007'de daire başkanı, 2014'te de genel müdür yardımcısı olarak atandı. Bu süreçte Hazine Müsteşarlığı'nı temsilen, Türkiye Kalkınma Bankası yönetim kurulu, Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi yönetim komitesi ve Tarım Sigortaları Havuzu disiplin kurulu üyelikleri yaptı. Türk Sigorta Enstitüsü Vakfı, Hacettepe Üniversitesi ve Başkent Üniversitesi'nde sigortacılıkla ilgili dersler verdi. Teknoloji Yönetimi Ana Bilim Dalı'nda sürdürdüğü akademik çalışmasını 2011 yılında tamamlayarak doktora derecesi aldı.

Aksigorta'dan AvivaSA'ya transfer

Meral Egemen Kurdaş'ın Sabancı Holding'e geçmesi üzerine AvivaSa Hayat ve Emeklilik CEO'lüğünü üstlenen Fırat Kuruca, yerine aradığı ismi Aksigorta'da buldu. Aksigorta'nın mali işler ve hasardan sorumlu genel müdür yardımcısı Erkan Şahinler, AvivaSa Sigorta'ya transfer oldu. Profesyonel kariyerine 1990 yılında bağımsız dış denetim alanında başlayan Erkan Şahinler, 1993 yılından itibaren

Sabancı Holding bünyesinde yer alan şirketlerde çeşitli yöneticilik görevlerinde bulunmuştu. Şahinler, 2008 yılında mali işlerden sorumlu genel müdür yardımcısı olarak Aksigorta'ya katılmıştı. Boğaziçi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü mezunu Şahinler, ocak ayı itibarıyla AvivaSa'da Mali İşlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak göreve başladı.



nkolaykredi.com

**Yorulma!
Bizde sadece
kolaylık var.**

**48 AYA
VARAN
VADELERLE**

Şimdi **nkolaykredi.com**'a gir,
şubeye gitmeden,
oturduğun yerden paranı
kolayca al.

Burak Ali
Göçer

Garanti Emeklilik'te Burak Ali Göçer dönemi

Cemal Onaran'ın Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı olarak atanmasıyla boşalan Garanti Emeklilik Genel Müdürlüğü koltuğuna Burak Ali Göçer oturdu. Orta Doğu Teknik Üniversitesi İnşaat Mühendisliği mezunu Göçer, yüksek lisans eğitimini ise San Diego Üniversitesi Finans Bölümü'nde aldı. İş yaşamına 1995 yılında İnterbank'ta başladı. Bir süre Bayındırbank'ta görev yaptıktan sonra, 1999 yılında Garanti Bankası Dijital Bankacılık Birimi'nde yönetmen olarak çalışmaya başladı. 2002 yılında aynı bankada şubesiz bankacılık birim müdürü olarak atandı. 2004-2007 yılları arasında profesyonel kariyerine kısa bir ara vererek çeşitli online hizmet servisleri kurdu. Garanti Bankası'nın mortgage kredileri konusunda faaliyet gösteren iştiraki Garanti Mortgage'ın kurulmasıyla 2007 yılının ekim ayında satış ve pazarlamadan sorumlu genel müdür yardımcısı olarak Doğuş Grubu'na geri döndü. 2010 yılında Garanti Bankası'nın bireysel bankacılıktan sorumlu direktörü olarak atanan Göçer, 1 Ocak 2017 tarihinden itibaren Garanti Emeklilik Genel Müdürlüğü görevini üstlendi.

Nurullah Okur, Halk Emeklilik'ten ayrıldı

Halk Emeklilik'te flaş bir ayrılık gerçekleşti ve genel müdür Nurullah Okur görevinden ayrıldı. Yerine ise daha önce THY'de genel müdür yardımcılığı görevini yürüten Ömer Faruk Öztürk getirildi.

5 yıldır Halk Emeklilik'in genel müdürlüğünü yürüten Nurullah Okur, Kabataş Erkek Lisesi mezunu. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde Maliye Bölümü'nü bitirdi. Profesyonel iş hayatına akademisyen olarak başlayan Okur, Gebze İleri teknoloji Enstitüsü İşletme Fakültesi'nde araştırma görevlisi olarak görev aldı. 1999 yılında Amerika'ya giderek Temple Üniversitesi'nde dil eğitimi alan Okur, Saint Joseph's Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde asistan olarak yüksek lisans yaptı. 2 yıllık akademik süreçten sonra hayat ve elementer branşlarda sigortacılık eğitimi ve lisansları alarak sırasıyla United

Nurullah
Okur

Insurance Company of America, Monumental Life Insurance, Bankers Life & Casualty şirketlerinde satış ve pazarlama alanında görev aldı. 2008 yılında Türkiye'ye döndükten sonra Neova Sigorta'nın kuruluşunda görev alan Okur, bu şirkette teknik ve pazarlamadan sorumlu genel müdür yardımcılığı görevini yürüttü. Okur, Halk Emeklilik'e katılmadan önce Ankara Sigorta'da grup müdürü olarak görev yapıyordu.

Asya Emeklilik ve Işık Sigorta'ya yeni isim aranıyor

Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği (TTKKMB) tarafından satın alınan Asya Emeklilik ile Işık Sigorta'ya isim aranıyor. Daha önce sigorta sektöründe Güven Sigorta ile Güven Hayat ve Emeklilik ile faaliyet gösteren TTKKMB, bu iki şirketi Groupama Sigorta'ya satarak sektörden çıkmıştı. Yaklaşık 10 yıl sonra Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) tarafından satışa çıkarılan iki şirketi olarak sektöre geri dönen



ASYA EMEKLİLİK

TTKKMB, önce "Güven" markasıyla sektöre dönmek istemiş. Ancak bu marka Groupama Sigorta tarafından kendisine

verilmeyince yeni bir isim arayışına girmişler. Yeni marka arayışının kısa bir süre içerisinde netleşmesi

bekleniyor.



KOBİ'LERE SESLENİYORUZ!

İŞLERİNİZİ YAPARKEN NE KADAR DA ÇOK SORUMLULUK
ALIYORSUNUZ!

GELİN YÜKÜNÜZÜ PAYLAŞALIM. ÜSTELİK İSTEMEDİĞİNİZ
GÜVENCELERE PARA ÖDEMELERİ YOK!

RAY SİGORTA
KOBİ SORUMLULUK SİGORTASI

444 4 729 | www.raysigorta.com.tr

RAY SİGORTA
VIENNA INSURANCE GROUP

Otomatik katılımda kim kazanacak?



Dalkan Delican
BES Uzmanı

OtoKat, mevcut bireysel emeklilik sistemiyle karşılaştırıldığında birçok açıdan oldukça avantajlı görünüyor. Ancak bazı çok önemli dezavantajları da yok değil...

2017 ile başlayan ve uzunca bir süre gündemimizde kalacak olan otomatik katılım (OtoKat) uygulamasını taraflara sağlayacağı fayda ve maliyetler açısından değerlendirelim istedik. Böylece sistemin kimler açısından daha kazançlı, kimler içinse “angarya” olduğu görülecektir sanıyorum.

Katılımcı/çalışan açısından

- Yüzde 25'e ilave olarak 1.000 TL + emeklilikte yıllık gelir sigortası ile ek yüzde 5 devlet katkısı.
- Fon toplam gider kesintisinin son derece düşük olması.
- Maktu tutar kesintisinin olmaması.
- Devlet katkısının nakden ödenmemesi, ayrılma aşamasında hesaplanarak ödenecek olması.
- Emeklilik şirketlerinden hizmet alımının zorlaşması.
- 45 yaş ve üzeri olan çalışanlar kapsam dışı...

İşveren açısından

- OtoKat'ta işveren tahsilatçı pozisyonunda ve bu yüzden sistemin angarya bölümünü üstlenmiş oluyor.
- İşveren açısından OtoKat hiçbir avantaj içermiyor.
- Ciddi yükümlülükleri üstlenmiş durumda.
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nca denetlenecek.
- Hata yapma lüksleri yok.

Emeklilik şirketleri açısından

- Bireysel emekliliğe göre gelirleri inanılmaz derecede azaldı. (Tablodan da görülebilir.)
 - Vermekle yükümlü oldukları hizmetlerin maliyeti elde edebilecekleri gelirlerle karşılaştırıldığında nitelikli hizmet vermeleri mümkün görünmüyor
 - Elde edebilecekleri gelirleri, dağıtım kanalları ve portföy yönetim şirketleriyle paylaşmak zorundalar.
- Sağlıkla kalın...

EMEKLİLİK ŞİRKETİNİN SÜRE SONUNDA KATILIMCIDAN ELDE EDEBİLECEĞİ GELİR

Süre	Gelir (%)	Gelir (TL)
1. yıl	0.47	5.70
2. yıl	0.94	22.52
3. yıl	1.43	51.48
4. yıl	1.95	93.80
5. yıl	2.51	150.45
6. yıl	3.10	222.86
7. yıl	3.72	312.45
8. yıl	4.39	421.08
9. yıl	5.09	549.88
10. yıl	5.84	700.98

Yıllık getirinin yüzde 10, yıllık fon toplam gider kesintisinin yüzde 0.85 olduğu varsayılmıştır. Aylık katkı payı 100 TL üzerinden hesaplanmıştır. Toplam ödenen katkı payı 12.000 TL'dir ve hiç artış olmadığı varsayılmıştır. Bu senaryoya göre katılımcının devlet katkısı hariç birikimi 19 bin 191 TL'yi bulabiliyor.

KOBİ'lerimize
TOBB DenizBank
Nefes Kredisi
yıllık **%9,90** faizle!

KOBİ'lerimize hayat Deniz'de güzel!

TOBB DenizBank Nefes Kredisi; TOBB, Oda ve Borsalar, KGF ve DenizBank işbirliğinde hayata geçmiştir.



TOBB



Kredi yalnızca KOBİ'ler tarafından kullanılabilir. Nefes Kredisi üst limiti il ve ilçelere göre 50,000 TL ile 150,000 TL arasında değişmektedir. Nefes Kredisi aylık eşit taksitli ticari nakdi kredidir. Nefes Kredisi'nin vadesi 12 aydır. Belirtilen aylık ve yıllık faiz oranlarına BSMV ve KKDF dahil değildir. Sadece ticari taksitli kredi kullandırımı yapılabilecek olup, bireysel amaçlı kullandırım yapılmayacaktır. Her KOBİ bu krediden en fazla bir defa faydalanabilir. Nefes Kredisi, kesinlikle Bankada getiri amaçlı değerlendirilmesine izin verilmeyecek ve tespit edilebilirliği ölçüsünde başka bankalarda da faiz farkından dolayı gelir elde edilmesinde kullanıldığı izlenimi edinildiğinde kredi derhal geri çağırılacaktır. Ayrıca bu kredi, Bankaların daha önce kullandığı kredilerin kapamasında kullanılamaz. Kredi başvuruları, bankamızca ve Kredi Garanti Fonu tarafından yapılacak nihai değerlendirme sonucu herhangi bir olumsuz duruma rastlanılmaması kaydı ile kesin onaya dönüştürülecektir. Kredi kullandıran alınması durumunda alınacak sigorta primi yaşa ve teminata göre değişiklik gösterebilir. Aylık ve yıllık maliyetler kullandırım yapılacak tutara göre değişiklik gösterebilir. Banka kredi başvurusu ve sonrasında her türlü belge ve teminat talep etme hakkını saklı tutar. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Kredi Garanti Fonu ve DenizBank A.Ş. kredi koşullarını değiştirme hakkına sahiptir. Ayrıntılı bilgi www.denizbank.com'da.

“Aracısız satışa inanmıyorum”

HDI Sigorta'nın Türkiye pazarına yönelik sürdürülebilir büyüme ve karlılık iştahı sürüyor. Ceyhan Hancıoğlu, HDI'nin bir acente şirketi olarak yola devam edeceğini de özellikle vurguluyor...

Alman Talanx Grubu, 2006 yılında İhlas Sigorta'nın hisselerinin tamamını satın alarak “HDI Sigorta” markasıyla Türkiye pazarına girmişti. Türkiye, CEE Talanx Retail International'ın hedef pazarlarından biridir. Sektörün yaşadığı ve hepimizin bildiği sıkıntılara rağmen HDI Sigorta'nın Türkiye pazarındaki karlılığı ve büyümesi devam ediyor.

Hancıoğlu, satış kanalı olarak ise acentelerin HDI Sigorta için vazgeçilmez olduğunu vurguluyor. “Dijitalde de varız ama bu kanalla direkt ürün satışımız yok. Aracısız satış yapmayacağız. Teknolojinin gücüne inanıyorum ama bu konuda acentelerimizle birlikte yol alacağız” diyen Ceyhan Hancıoğlu ile Türkiye’de 10 yılı geride bırakan HDI Sigorta’yı ve sektörün durumunu konuştuk...

Önce kısaca, HDI Sigorta'nın Türkiye pazarındaki 10 yılını değerlendirebilir misiniz?



Bildiğiniz gibi 2016'da Türkiye'deki 10'uncu yılımızı kutladık. Geriye dönüp baktığımızda, ilk dönemdeki organizasyon yapısı, dağıtım kanallarının çeşitsizliği, oto ağırlıklı bir şirket olmanın getirdiği olumsuzlukları aklı geliyor. Bir başka bir handikap da birçok üst düzey yönetici değiştirilmesiydi. Açık konuşmak gerekirse ilk yıllar biraz sancılı

geçti. Portföy dağılımı ve dağıtım kanalı yapısından dolayı çok sıkıntı vardı. Kârsızlık, hatta büyük zararlar oluşturan bir yapı vardı.

Peki siz göreve geldikten sonra neler değişti?

2013 yılının mart ayında bana bu görev verildi. Sermayedarla oturduk ve yeni bir iş planı yaptık. Yanlışların bir daha

tekrarlanmaması, şirketin kâr etmesi gerektiği konusunda mutabık kaldık. Şirket satın alınalı 7 yıl olmuştu ve bu süreçte kâr edilememişti. Elbette kolay bir süreç olmadı. Hep şunu söylüyorum: Önemli olan karar almak değil, alınan kararları uygulamaktır. Örneğin yönetici olarak portföy yapısını çeşitlendireceğiz, dağıtım kanallarını geliştireceğiz diyorsunuz ama bunları uygulayamazsanız veya geç uygularsanız sorun çıkıyor. Söylemek yetmez, aksiyon almak gerekir. Ben geldikten sonra bu tür radikal kararları aldığımızı ve uyguladığımızı söyleyebilirim. Böyle olunca başarı da beraberinde geldi.

Neler yaptınız, neleri nasıl değiştirdiniz?

Otonun yüzde 80 civarında olan payı yüzde 60'lara geldi. Diğer taraftan, tek kanallı bir üretim yapısı vardı. Toplam primin yüzde 85'i acente kanalından geliyordu. Şimdi bu oran yüzde 70'lere indi. Yeni kanallar şirketimizi kârını olumlu etkiledi...

HDI Sigorta bir acente şirketi değil mi?

Elbette bir acente şirketiyiz ve her zaman da öyle olacak. Bunu özellikle belirtmek isterim. Ancak herkesin de bildiği üzere, acente kanalıyla satılan trafik sigortalarındaki kârsızlık şirketin mali yapısını olumsuz etkiledi. Dolayısıyla alternatif kanalları iyi kullanmak ve güçlendirmek gerekiyor. Ben acentelerimize sürekli şunu söyledim: "Sizin sattığınız trafik sigortalarını kârlı hale getirme sürecinde diğer dağıtım kanallarından gelen üretime, diğer alanlardan gelen kâra ihtiyacımız var. Kâr/zarar



tablosu için üretim portföyünü çeşitlendirmeye ihtiyacımız var. Biz acente şirketiyiz ama diğer kanallarla da çalışıyoruz. Böyle olunca sermayedar mutlu oluyor, biz mutlu oluyoruz, acentelerimiz de mutlu oluyor. Yoksa sigortacılığı herkes kadar biliyoruz, birbirimizden pek bir farkımız da yok.

Başarımızın sırrı, karar almak ve bu kararları hızla hayata geçirmek.

HDI

Ne kadar üretim yapıyorsunuz?

Ürün bazında farklılıklar olsa da pazar payımız yüzde 2.5 ile 3 arasında değişiyor. Örneğin kaskoda yüzde 4, trafikte yüzde 2.5 payımız var. Oto dışında yüzde 2.75'lerdeyiz. Öncelikli hedefimiz bu oranları korumak, sonra da artırmak. 2015'teki prim

üretimimiz 700 milyon liraydı. Bunun yüzde 56'sı oto sigortalarından, yüzde 44 ise oto dışı üretimden kaynaklanmıştı. Oto sigortalarında kasko ve trafiğin payı eşit. Acentelerin payı ise yüzde 70'lerde... 2016 bizim için zor bir yıl oldu. Yine de yıl sonu itibarıyla iyiyiz. Hem prim üretimi hem de kârlılık açısından yılın başında koyduğumuz hedefleri yakalayacağız. Üretimden çok kârlılık ve sürdürülebilir büyüme hedefiyle çalışıyoruz. Bütün hedeflerimize ulaştığımız söyleyebilirim.

2017 yılı için beklentileriz nedir?

2017 de kolay bir yıl olmayacak. Trafik sigortalarında tarifelerin biraz daha oturduğunu ve bu fiyatların tüm paydaşlar tarafından kabul gördüğünü düşünürsek çok büyük sıkıntılar olmayabilir. 2016 bu açıdan farklı bir yıldır. Trafik primlerinin yüzde 100'lerin üzerinde büyüdüğü bir yıldır. Bu tolere edildi ve sürecin sonuna gelindi. Sektör genelinde konuşulan, trafikte ortalama primler yüzde 8- 10 civarında artar. Enflasyonun çok üzerinde artacağını sanmıyorum. Hal böyle olunca da trafik sigortası bizim ana gündemimiz olmaktan çıkacaktır. Herkesin bu konuda hemfikir olduğunu düşünüyorum.

Sektör, düzenlemeler anlamında oturdu mu?

2016'da çok fazla düzenleme oldu. Ama gerek vardı ki oldu. 2017 yılında bunların oturmuş olacağını düşünüyorum. Bu doğrultuda da geleceğe olumlu bakıyorum. Daha çok sohbet edeceğimiz, birlikte çözüm önerilerini konuşacağımız bir yıl olacak.

Dengeli bir portföy dağılımı için hangi kanalların payını artırmayı hedefliyorsunuz?

Biz tüm kanallarla etkin çalışan bir şirketiz, dengeli bir portföy yapımız var. Üretim yüzde 14'ü, brokerlerimizden geliyor. Banka kanalımız da var ve payı yüzde 8'lerde. Birkaç bankayla çok verimli çalışmalarımız var.

Şu anda kaç acenteniz var?

1.300 civarında. Göreve geldiğimde, ilk iş olarak 3 yıl üst üste zarar eden acentelerle yollarımızı ayırmıştık. İlişkileri koparmak kolay ama ben sürdürülmesinden yanayım. Acentelere haksızlık yapmamak lazım. Trafik sigortası hasar prim oranları yüksek diye kızmak doğru değil. Tarifeyi ben yapıyor ve bu alandan zarar ediyorsam, nedeninin acente değil tarife olduğunu düşünmem lazım. Acentelerimiz komisyonunu tam alacak, bunda gözümüz yok. Ancak şirket para kazanabileceği bir tarife belirleyecek, acente de ona göre ürün satacak. Ben hiçbir zaman komisyon düşüren yöneticilerden olmak istemem. Herkesin hak ettiğini alması gerektiğini düşünüyorum.

Son dönemde kurumsal müşterilere ağırlık verdiğiniz yönünde bir algı var, bu doğru mu?

Aksine biz bireyselciyiz. Evet, böyle bir algı var ve biz de tartışıyoruz ama HDI, bireysel ve KOBİ'leri hedefleyen bir şirket. Büyük endüstriyel işlerle pek fazla ilgilenmiyoruz. Elbette bu kesime de sigorta yapıyoruz ama ağırlık vermiyoruz. İş hacmimizin yüzde 70'i bireysel ve KOBİ ağırlıklı. Mühendislik

alanında ise orta ölçekli şirketlerle ilgileniyoruz. Nakliyat sigortalarında çok iyiyiz. Bu alanda ya birinci ya da ikinciyizdir. Hem hacmimiz hem de kârlılığımız yüksek. Gidecek alanlarımız yok mu, var. Yangın ve mühendislik sigortalarında hacme oynuyoruz. Bu alanlarda büyüyeceğiz. Hukuksal korumada sektör lideriyiz. Ufak tefek de olsa kendimizi özel hissettirdiğimiz alanlar var.

Kişi başına poliçe satış adediniz nedir?

Bu önemli bir gösterge ve sürekli takip ediyoruz. 3 yıl önce müşteri başına poliçe sayımız 1.4 civarındaydı. Aradan geçen sürede çok artmadı ama iyileşme var; 1.6'ya çıktı. Bence en az 2'ye çıkması lazım.

3 yılda yapamadıklarınız var mı?

Bir Alman Sigortacılık Grubu Şirketi olmamızın da sebebiyle planlarımızı uzun soluklu yapıyoruz. Minimum 5, ortalama 10 yıllık planlar söz konusu. Yapmak istediklerimizin çoğunu yaptık. Kâr üreten ve 3 yıldır da bunu sürdürebilen bir yapıya geldik. "Neyi yapamadınız" dersiniz, teknolojik altyapı yani bilgi işlem tarafında bir hedefimiz vardı... 1.5 yıldır çalışıyoruz süreç iyi gidiyor ama hızlı değil. Yeni bir IT programına kavuşup çok daha esnek ve kullanışlı araçlarımızın işini kolaylaştıran bir yapı kuracağız. Bunu da

tamamlarsak çok daha güzel işler yapacağız. Bizde de dijital kanal var ama direkt ürün satışı yok. Türkiye'de aracısız satış yapmayacağız. Bu konuda kararlıyız. Zaten ben aracısız satışa inanmıyorum. Elbette teknolojiye inanıyorum ama bu alanda acentelerimizle birlikte yol alacağız. Sosyal medyadan ürün satışını da yine acentelerimizle yapacağız.

Sigortalı ya da sigortalı adayı neden HDI Sigorta'yı tercih etmeli?

Müşteri açısından bakıldığında da Türkiye pazarının genel bir sıkıntısı var. Her şey fiyat odaklı değerlendiriliyor. Bu yanlış. Bu konuda da sektöre büyük görev düşüyor. Müşteriyi iyi tanımak gerekiyor. Fiyat değil hizmet bekleyen, farklı yaklaşımlardan hoşlanacak büyük bir müşteri kitlesi var. Neyi iyi, neyi kötü yaptık, bunları değerlendiriyoruz. Her ülkedeki faaliyetler değerlendiriliyor. Türkiye'de yapılan iyi şeyler Talanx Grubu'nun başka bir ülkesinde iyi sonuçlar doğurabildiği gibi tam tersi de olabiliyor. Sonuçlar uluslararası boyutlarda değerlendiriliyor. İnovasyon ve dijitalleşme anlamında değerlendirmeler yapılıyor. Bu grupta müşteriyi tanımaya yönelik çok büyük çabalar harcanıyor. Müşteri ihtiyaçlarını daha iyi anlama, müşteriyi daha çok memnun etme hedeflerine yönelik çabalar var. Bunları zaten yapıyorduk ama global anlamda çok daha kapsamlı çalışmalar yürütüyoruz. Sürekli anketler yapıyoruz. Uygun fiyat isteyenler olduğu gibi, fiyata odaklanmadan hizmet isteyen müşterilerimiz de var. Önümüzdeki birkaç yılda bunlara odaklanacağız. ©



Sompo Japan'dan
TAMAMLAYICI SAĞLIK SİGORTASI

İşte şimdi ++ tamam!

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



SOMPO JAPAN SİGORTA

7/24

0 850 250 81 81

sompojapan.com.tr

Insurtech geçici bir moda mı?



Okyar Tahaoğlu
Bankalararası Kart Merkezi
Dijital Ödemeler Direktörü

Uber, Netflix, Spotify, Ebay gibi “yıkıcı” girişim örnekleri sigortacılıkta da görülecek. Insurtech girişimleri Türkiye’de de sigorta dinamiklerini değiştirecek, bu değişimde hızlı davranan sigorta şirketleri rekabette öne çıkacak...

Sigorta teknolojisi diye adlandırabileceğimiz “insurtech” geçici bir moda mı yoksa gerçekten sigorta sektöründeki dinamikleri değiştirecek kadar güçlü mü? Türkiye’deki girişimlerle ilgili verileri derleyip sunan Startups. watch’un yayınladığı FinTech raporunda insurtech alanındaki gelişmeler 5 kategoride izleniyor. Buna göre sigorta satın alma öncesi karşılaştırma siteleri, poliçe yönetimi, emlak verileri ve risk yönetimi alanında girişimlerimiz var. Kişiden kişiye aracısız sigortalama alanında ise henüz bir girişim yok. Insurtech’in “tech” alanında uzun zamandır faaliyet gösteren yazılım evlerini de bu listeye ekleyebiliriz. Sigortacılık mevzuatının izin verdiği ölçüde girişimlerin pazara

girebildiğini görüyoruz. “Yıkıcı” girişimler ve inovatif çözümler dönemi Dünyadaki gelişmelere baktığımızda iki iş modelinde insurtech girişimleri görüyoruz. İlki, mevcut sigorta sektörünü “yıkıcı” (disruptive) girişimler. Bunlar tüm mevcut iş modelleri, araçları, broker, acente ve kanalları devre dışı bırakıp doğrudan tüketicilere hizmet sunanlar. İkincisi ise mevcut sigorta şirketlerinin daha verimli, daha dijital, daha hızlı hizmet sunmalarına yardımcı olan inovatif çözümler sunan girişimler. İlk sorumuza geri dönersek, insurtech girişimlerinin ülkemizdeki sigorta dinamiklerini değiştireceğini ve bu değişimde hızlı davranan firmaların rekabette öne çıkacağını düşünüyorum. Bunun gerekçesini 4 ana başlıkla açıklayalım:



1 Sigorta sektörü mesaisinin çoğunu regülasyona uyum için harcıyor. Elementer, kasko, bireysel emeklilik alanındaki gelişmeler nedeniyle son 2 yıldır sektör çalışanları yasal uyuma çok yatırım yapıyor, bilgi teknolojileri ve ürün geliştirme kaynaklarını bu alanda kullanıyorlar. Diğer yandan mobil ve dijital dünyadaki gelişmeleri yakalayabilmek için ise kurum içinde inovasyon çalışmaları başlatıyorlar. Ancak bu kurum içi çalışmaların ürün ve hizmete dönüşmesi zaman alıyor. Böyle bir zamanda girişimlerle işbirliği yapmak, girişimlerin servislerini kendi ürün ve kanallarıyla birleştirerek yeni ürünler sunmak akıllıca olacaktır.

2 Bireysel sigorta ürünlerinde müşterilerin beklentisi yüksek. Sigortalılar bugün sigorta firmalarının internet siteleri, çağrı merkezi ve acenteleri üzerinden sorgulama yapıyor. Oysa pek çok işini mobil uygulamalar üzerinden çözmeye alışan müşteri artık sigorta hizmetlerine de mobilden ulaşmak istiyor. Cep telefonundan taksi çağırmak, para havalesi yapmak, yemek siparişi vermek, uçak bileti satın almak, ev kiralamak gibi pek çok işi yapabiliyoruz. Bireysel emeklilik birikimini görmek, fonlarını değiştirebilmek, sağlık limitlerini cep telefonunda görebilmek, doktor muayenesi sonrası provizyon onayı verebilmek... Bunlar ve daha fazlası sigortalının hayatını kolaylaştıracak uygulamalar olabilir. Bu biraz da zorunluluk haline gelecek, ilk değişim trafikte yaşanacak. Akıllı ve otonom araçlar sayesinde sürücü, kaza, sorumluluk, sigorta gibi kavramlar yeniden şekilleniyor. Bir trafik kazasına karışan iki akıllı araç çarpışma anına her veriyi sigorta merkezine

INSURTECH

<p style="color: #4a4a8a; font-weight: bold;">Karşılaştırma siteleri</p> 	<p style="color: #4a4a8a; font-weight: bold;">Sigorta ödeme servis sağlayıcısı</p> <p style="color: #4a4a8a;">Türkiye'de henüz bu alanda kurulmuş bir şirket yok</p>	<p style="color: #4a4a8a; font-weight: bold;">Veri sağlayıcıları</p> 
<p style="color: #4a4a8a; font-weight: bold;">Police yönetimi</p> 	<p style="color: #4a4a8a; font-weight: bold;">Risk yönetimi</p> 	

Kaynak: startups.watch

iletip anında sorumluluk hesabı yapabilecek.

3 Sigorta şirketlerinin gerçek müşterisi kim? Acente ve banka kanalı üzerinden sigortalılara ulaşan sigorta firmaları, kişiye özel teklifler sunabilmek için doğrudan müşteriye ulaşma ihtiyacı duyuyor. Sadece risk gerçekleştiği anda veya sonrasında tazminat için değil, öncesinde müşterisine dokunmak hatta gündelik hayatının bir parçası olmak istiyor. Yıllarca yatırım yapılarak kurulan mevcut acente ilişkisini bozmadan, müşterilerine mobil kanallardan ulaşmanın formülünü bulabilen firmalar diğerlerinden hızla ayrışacak.

4 İngilizlerin “world is flat” (dünya düzdür) sözü her sektörde olduğu gibi sigortacılık için de geçerli. Özellikle internet ve mobil alanda hızla yayılan dijital unicorn şirketler çok hızlı yayılıyorlar. Kaliforniya’da 2010 yılında ilk kez sokaklara çıkan Uber, bugün Türkiye dahil 81 ülke

ve 563 şehirde hizmet veriyor. Netflix, Spotify, Ebay, gibi pek çok benzer örnek verilebilir. Yıkıcı bir sigorta girişiminin dünyanın uzak bir köşesinde ortaya çıkması sonrası ülkemize gelmesi çok hızlı olacak. Bu ana trendler sigorta şirketlerinin insurtech girişimleriyle işbirliği yapmak ve birlikte ürün çıkarmak konusunda hızlı olmaları gerektiğini gösteriyor. Sigorta firmalarının bu gelişmelere ayak uydurabilmesi için çözmesi gereken bir konu da mevcut mevzuatın dijital ürünler sunmaya uyumlu hale gelmesi olacak. Sigorta Bilgi Merkezi tüm sektör adına hem kurumlar arası işleyiş hem de sigortalıya sunulan hizmetlerin dijitalleşmesi için yatırım yapıyor. “Mobil Kaza Tutanağı” gibi pratik uygulamaların hayatımıza girdiğini düşünürsek, kamu yararı gösterildiği takdirde mevzuattaki değişikliklerin yapılmasını sağlamak tahmin edilenden kolay olacaktır.

Kadın sağlığı tam koruma altında

2030 yılında kadınlarda kansere bağlı ölüm sayısının dünya genelinde 5.5 milyona ulaşacağı öngörülüyor. Bu gerçekten yola çıkan BNP Paribas Cardif, kadınlara özel kanser türlerine karşı çok boyutlu koruma sağlayan "Kadına Değer Sigortası"nı geliştirdi...

BNP Paribas Cardif Türkiye tarafından geliştirilen "Kadına Değer Sigortası", kadınlara özel kanser türlerine karşı güvence sağlayarak kadın sağlığını korumaya destek oluyor.

18-50 yaş arasındaki kadınları teminat altına alan Kadına Değer Sigortası, göğüs kanseri, rahim kanseri, rahim ağzı kanseri ve yumurtalık kanseri gibi kadın hastalıklarına bağlı kanser türlerinden biri için teşhis konulduğunda sigortalıya ödeme yaparak, vefat durumunda ise sigortalının kanuni mirasçılarına ödeme yaparak finansal destek sağlıyor. Öte yandan, kanser teşhisinde uygulanan mamografi gibi tetkiklerle ilgili yönlendirme, psikolojik danışmanlık, diyetisyen ve beslenme danışmanlığı hizmetleriyle manevi olarak da kadınları destekliyor.

Üç farklı paket halinde sunulan "Kadına Değer Sigortası", sigortalının belirtilen hastalıklardan birine yakalanması durumunda, birinci pakette 15 bin, ikinci pakette 30 bin, üçüncü pakette ise 60 bin TL tazminat ödenmesini içeriyor. Hastanın vefatı durumunda ise tüm paketler

**BNP PARIBAS
CARDIF**



Cemal Kışmır

için sigortalının kanuni varislerine ek 15 bin TL tazminat ödemesi yapılıyor.

Çok boyutlu koruma

BNP Paribas Cardif Türkiye CEO'su Cemal Kışmır, Kadına Değer Sigortası'nın çıkış noktasını ve bu ürüne yönelik beklentileri şöyle açıklıyor:

"Kadın kanserlerinin son yıllarda dünyada ve ülkemizde çok hızlı yayıldığını gözlemliyoruz. Son raporlara göre 2030 yılında kadınlarda kansere bağlı ölüm sayısının dünya genelinde 5.5 milyona ulaşması bekleniyor. Bu veriler doğrultusunda Kadına Değer Sigortası'nın önemli bir

ihtiyacı karşılayacağını düşündük. Ürünümüzle risk grubuna giren kadınları, kadınlara özel kanser türlerine karşı güvence altına alıyoruz. Öte yandan, kanser tedavisi maddi olduğu kadar manevi olarak da yıpratıcı bir süreç. Bu gerçeği de göz önünde bulundurarak kadınlara tam destek sağlamak amacıyla verdiğimiz bilgilendirme ve danışmanlık hizmetleriyle sürecin psikolojik olarak da daha rahat ve sağlıklı ilerlemesini hedefliyoruz. Böylece kadın sağlığının korunması noktasında kadınları maddi ve manevi destekleyerek çok boyutlu bir koruma sağlamış olacağız."

MİLPUS PLATINUM'LA DÜNYADA KEŞFEDECEK ÇOK YER KAÇIRILMAYACAK ÇOK FIRSAT VAR

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



LOUNGE
HİZMETİ



KAT KAT DAHA
DEĞERLİ WORLDPUAN



YURT DIŞI
AYRICALIKLARI



ÜCRETSİZ SEYAHAT
SİGORTASI



KEYİFLİ
ALIŞVERİŞ



ASİSTANS
HİZMETLERİ



YAŞAMINIZI
KOLAYLAŞTIRIN

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

444 0 724 | vakifkart.com.tr



VakıfBank
Burası Sizin Yeriniz

[f](https://www.facebook.com/vakifbank) [i](https://www.instagram.com/vakifbank) /vakifbank



Acenteden trafik sigortası yaptırana **üçlü asistans paketi**

TOBB Sigorta Acenteleri İcra Komitesi (SAİK) hem sigortalıya hem acenteye

kazandıracak bir projeye imza attı. Asistans Şirketleri Derneği'ne üye tek yerli şirket Assist Line'in hizmet verdiği bu proje, geçen ay düzenlenen basın toplantısıyla duyuruldu. Toplantıda TOBB SAİK Başkanı Hüseyin Kasap, Assist Line Yönetim Kurulu Başkanı Metin Öztürk ve Assist Line Genel Müdür Vekili Serdar Tufan ürünü acentelere ve basına tanıttı.

59 TL'ye üçlü asistans paketi

İşbirliği kapsamında, acentelerden trafik sigortası poliçesi alanlara 59 TL'ye yol yardımından ev yardımına birçok

TOBB Sigorta Acenteleri İcra Komitesi ve Assist Line işbirliğiyle geliştirilen "Acente Asist AA+" projesi, acentelerden trafik sigortası alanlara trafiğin yanı sıra konut ve sağlık poliçeleri için geçerli asistans hizmetlerini de sunuyor...

hizmet sunuluyor. "Acente Asist AA+" trafik yardım, konut yardım, sağlıkta avantajlar, hukuksal danışma, acil yardım ve tıbbi danışma gibi Assist Line tarafından sağlanan pek çok hizmeti kapsıyor. SAİK Başkanı Hüseyin Kasap, bu ürünün trafik sigortası satın almayan araç kullanıcılarını hedeflediği halde kasko sigortalarına rakip olmadığını özellikle vurguladı. Bazı sigorta şirketlerinin benzer ürünleri müşterilerine sunduğunu hatırlatan Kasap, aradaki farkı şöyle anlattı:

"Bazı şirketlerin acente sayısı sınırlı olduğu için bu tür ürünlerini herkese ulaştırıyor. Assist Line tarafından geliştirilen Acente Asist AA+ ise tüm acenteler tarafından satılabilecek bir ürün. Ayrıca sigorta şirketlerinden kasko poliçesi alanlar kasko asistans, sağlık sigortası poliçesi alanlar sağlık asistans, ev sigortası alanlar da ev asistans hizmetlerinden yararlanabiliyor. Bu ürün ise üç alandaki asistans hizmetlerini bir tek bir kalem halinde sunuyor. Ürün kapsamlı fiyatı ise çok uygun. Biz acente birlikleri olarak Assist Line tercih etmemizin



Metin
Öztürk

nedeni ise Türkiye’de bu alanda hizmet veren tek yerli ve milli şirket olması” dedi.

Assist Line Genel Müdür Vekili Serdar Tufan da toplantıda, trafik sigortası satın alan müşterilere yönelik hazırlanan bu ürünün hedef kitlesinde trafik sigortası satın aldığı halde kasko sigortası satın almayan 10 milyondan fazla araç kullanıcı olduğunu açıkladı.

Trafik Yardım

“Acente Asist AA+”, Trafik Yardım kapsamında; kaza halinde aracın çekilmesi, aracın vinçle kurtarılması, aracın kullanılmayışi nedeniyle konaklama, daimi ikametgâha geri dönüş veya yolculuğa devam seyahati, aracın emanet ve muhafazası gibi hizmetler sunuyor. Yaralanma veya hastalık durumunda nakil, taburcu olduktan sonra daimi ikametgâha dönüş, tedavi nedeniyle aile üyelerinden birinin seyahati ve konaklaması ile acil mesajların iletilmesi gibi ek ferdi hizmetler de var.

Konut Yardım

Konut Yardım ise tesisat, elektrik, cam ve anahtar işlerini, konutta yangın veya dahili su basması sonucunda ikamet etmeyi engelleyecek düzeyde hasar

meydana gelmesi durumunda doktor veya ambulans gönderilmesini, uzman hemşire veya refakatçi sağlanmasını, otel hizmetini, güvenlik şirketi teminini belirli limitlerle ücretsiz olarak; profesyonel ev hizmetlerini, bilgi ve organizasyonu sınırsız bilgilendirme şeklinde veriyor.

Sağlıkta Avantajlar

Türkiye genelinde 2 bin 500’den fazla kurumda geçerli olan Sağlıkta Avantajlar paketiyle özel hastaneler, poliklinikler, tanı merkezleri, doktor muayenahaneleri, görüntüleme merkezleri, laboratuvarlar, fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezleri, eczaneler ve optikleri kapsayan geniş anlaşmalı sağlık kuruluşları ağında özel avantajlar sunuluyor. Anlaşmalı sağlık kurumlarında yüzde 5-40 arasında değişen, eczanelerde

ilaçta ortalama yüzde 3.5, kozmetik

ürünlerinde ise yüzde 10 indirim avantajıyla hizmet sağlanabiliyor. Bu hizmetlerden yararlanmak için 0212 334 20 20 no’lu telefonla gitmek istenilen sağlık kuruluşundan randevu alınması gerekiyor.

Acil Tıbbi Yardım ve Danışmanlık

Acil Tıbbi Yardım kapsamında 32 acil durum parametresi dahilinde belirli limitlerde ambulans hizmeti ücretsiz olarak veriliyor. Tıbbi Danışma çerçevesinde sigortalıya acil tıbbi danışma desteği sağlanıyor. Yanı sıra acil olan veya olmayan her türlü sağlık problemiyle ilgili sigortalının veya birlikte ikamet ettiği yakınının karşılaştığı sağlık



Serdar Tufan

problemi konusunda bilgi veriliyor. Doktor, uzman doktor, diş hekimi, hastane, teşhis merkezleri, eczane ve nöbetçi eczane isimleri, adresleri ve telefon numaraları bildiriliyor. Hukuksal Danışma hizmeti kapsamında sigortalının Assist Line acil yardım hattını araması ve hukuki işlemler hakkında bilgi almak maksadıyla talepte bulunması halinde, Assist Line, uzman avukat ile sigortalı arasında konferans görüştürme yapıyor ve gerekli bilgilendirmeye aracı oluyor. Ancak bu hizmet yalnızca “danışma” ve “bilgilendirme” amacıyla veriliyor.

7/24 hizmet

Bu proje kapsamında Assist Line yeni bir yazılım geliştirdi. Yazılım üzerinden acenteler kendilerine verilen şifreyle sisteme girip gerekli bilgileri doldurduğu ve müşteri online sanal POS cihazı üzerinden ödeme yaptığı anda bu ek hizmetlere hak kazanıyor ve kendilerine hizmet paketiyle ilgili belge veriliyor. Ürün, satıldığı andan itibaren 1 yıl süreyle geçerli oluyor. “Acente Asist AA+” müşterileri 0212 334 20 20 numaralı telefonu arayarak günün her saati 7/24 bu hizmetlerden faydalanabiliyor.

ACENTE **A**SIST **AA+**

Değişen yöneticiler ve aklımızdaki sorular



Sinan Metin
BES Uzmanı ve Eğitim Danışmanı

Son 6 aydır şirketlerimizde bir değişim daha yaşanıyor.

Sektörde üst düzey yöneticilerin isimleri değişiyor.

Yeni ve tecrübeli isimler karar verici pozisyonlara geliyor. Peki sektörün ihtiyaç duyduğu dinamizm ve değişim rüzgarı yeni yöneticilerle gelir mi?

Bireysel emekliliği ve hayat sigortasını 13 yıldır müşteriye nasıl sunduysak öyle sunmaya devam mı edeceğiz?

Mevzuat değişirken, ürünler çeşitlenirken, emeklilik planları farklılaşırken biz sektör olarak uzmanlarımızın(!) broşür bilgisiyle müşterilerle temas etmesini mi isteyeceğiz? 13 yıldır bankasüransta ne değişti? Bankacının hedef tutturmak amacıyla müşteriye ihtiyaç ve fayda hassasiyeti olmadan satış yapması değişti mi? Kredi hayat sigortası ve hedef için yapılan ferdi kaza sigortası dışında koruma ve tasarruf ürünleri kategorisinde hayat sigortaları sunuluyor mu dersiniz?

13 yılda çok şey değişti dersenez; dijitalleşme dışında değişen müşteri ihtiyaç, algı ve tutumu ne kadar değerlendiriliyor? Tutundurmada neler yapıldı? 13 yılda cebimizdeki telefon değişti.

Bilgisayarlarımız değişti.

Arabamız değişti.

Ticaret yapış şeklimiz değişti; e-ticaret cirosu 1 milyar TL'den 62 milyara TL'ye ulaştı.

2003 yılındaki asgari ücretin net değerindeki artış 13 yılda yaklaşık 5 kat oldu.

9 bin 652 olan bireysel emeklilik aracı sayısı 39 bin 607 oldu.

Şirket sayısı değişti, arttı.

Müşteriler değişti.

Peki sektör ne kadar değişti?


Gelişen diğer piyasalarda bizim işimiz nasıl yapıyor?

Sektörümüz yeni ve yine bir mevzuat düzenlemesiyle uğraşırken bu soruların cevaplarını bir süreliğine ertelemiş görünüyor.

“Değişim ve dinamizm başka bir baharda mı olacak” diye düşünmeye başlamıştık ki son 6 aydır şirketlerimizde bir değişim daha yaşanıyor. Sektörde üst düzey yöneticilerin isimleri değişiyor. Yeni ve tecrübeli isimler karar verici pozisyonlara geliyor. Son olarak da Hazine’de yapılan yönetim değişikliği...

Tam bu noktada başka bir soruyu düşünüyoruz: Sektörün ihtiyaç duyduğu dinamizm ve değişim rüzgarı yeni yöneticilerle gelir mi?

Sektör ve ülke olarak işte bu yeni yöneticilerin cesaretlerine, öngörülerine, gayretlerine ve en az 10 yıl sonrasını görebilen zekalarına ihtiyacımız var. Sigorta ve emeklilik meselesi ferdi olmanın ötesinde millidir.

Makro seviyeden bakmamız gereken bir konudur. Yeni yöneticilerin sektörün ihtiyaç duyduğu değişimi gerçekleştirmesini; sektöre, çalışanlara, müşterilerimize artık ihtiyaç haline gelmiş dinamizmi vermesini umuyorum. 



Hayata Merhaba

Anne adaylarının doğum güvencesi

Hamilelik dünyanın en özel duygusudur.
Bu özel duyguyu doyasıya yaşayabilmeniz için size
en özel sigorta poliçemiz olan
"Hayata Merhaba"yı sunuyoruz.

Detaylar için internet sitemizi ziyaret edebilir
ve acentelerimizle iletişime geçebilirsiniz.



www.turknippon.com | 444 8 867

Size güven dolu bir gelecek sunmak için çalışıyoruz.



SOMPO JAPAN 2017'ye iddialı girdi

Başta yangın sigortaları olmak üzere oto dışı tüm branşlarda acenteler tarafından tercih edilen ilk şirket olmak isteyen Sompo Japan Sigorta, yeni yılda müşteri ve acente memnuniyetini artırmak için birçok yenilikçi proje ve ürün geliştirecek. Genel Müdür Yardımcısı Uğur Özer, değişen dünyanın bir gereği olarak "sorumluluk sigortaları" alanında da atılım içerisinde olduklarını söylüyor...



Uğur Özer

Sompo Japan Sigorta, yeni yılda birçok yeni ürün ve projeye imza atmak için hazırlıklarını tamamladı. Sompo Japan Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Uğur Özer, başta yangın sigortaları olmak üzere oto dışı tüm branşlarda acenteler tarafından tercih edilen ilk şirket olmak istediklerini söylüyor. Bu strateji doğrultusunda tüm iş süreçlerini ve organizasyon yapılarını

acentelerine en iyi hizmet edecek şekilde yeniden kurguladıklarını belirten Özer, bünyelerine kattıkları deneyimli isimlerle süreç verimliliği ve satış kanallarının memnuniyetini artırdıklarını da vurguluyor. 2016'nın özellikle kurumsal underwriting fonksiyonların yeniden yapılandırıldığı bir yıl olduğunu hatırlatan Özer, bu konudaki çalışmalarını şöyle anlatıyor: "Underwriting ile risk

yönetimi ve denetim fonksiyonunu birbirinden ayırtırdık. Yeni yapılandırdığımız Kurumsal Underwriting Risk Yönetimi ve Denetim Departmanı ile acentelerimize daha hızlı, müşterilerimize de daha verimli ve yönlendirici hizmet verebilmek amacıyla mevcut risk mühendisi sayısını artırma yoluna gittik. Şirket olarak ziyaret ettiğimiz risk sayısını büyük oranda artırdık ve acentelerimize daha fazla müşteri

yönlendirmesi sağlamış olduk.” Uğur Özer, daha da önemlisi, Sompo Japan Sigorta’dan sigorta teminatı satın alsın alması işletmelerin karşı karşıya olduğu muhtemel riskleri minimize etmelerini sağlayacak risk azaltıcı veya önleyici iyileştirme önerileri sunduklarının altını çiziyor. Sompo Japan Sigorta, bünyesinde kurduğu “Satış Okulu” ile satış personelinin işletmeleri risk mühendislerinin bakış açısıyla değerlendirebilmesi için sürekli eğitimler veriyor. Bu değerlendirmeleri yapan kişilerden bağımsız olarak risklerin standart bir biçimde değerlendirilmesi için bir dijital analiz ve skorlama sistemi geliştirilmiş durumda. Özer, “Bu sistem acentelerimiz tarafından yapılan risk analizlerinde de kullanılabilir” diyor.

“Birçok yeni proje geliştirdik”

Sompo Japan Sigorta, 2016 yılında teknik personelin sayısı ve yetkinliğini artırmak amacıyla “Kurumsal Teknik ve Reasürans Koordinatörlüğü”nü de yeniden yapılandırdı. Şirket, bünyesine sektörün gerek deneyim gerek donanım açısından önde gelen çalışanlarını dahil ederek süreç verimliliği ve satış kanallarının memnuniyetini artırmayı



amaçlıyor. Uğur Özer, geçen yıl kurumsal ürünlerle ilgili satış kanallarının gelecekteki beklentilerine uygun bir altyapıyı kurmak amacıyla birçok yeni proje geliştirdiklerini anlatıyor. Ardından da bu projelerin ayrıntılarını şöyle paylaşıyor: “Faaliyet konularının geliştirilmesi ve bunlara bağlı tarife sınıflarının revizyonu, risklerin segmentasyonu ve derecelendirilmesi, tarife sistematığının yeniden kurgulanması, ürün bazlı analiz raporlarının geliştirilmesi, underwriting süreçlerinin iyileştirilmesi bu projelerden bazıları. Sunduğumuz kurumsal ürünlerin içeriklerini yine sigortalılarımızın ihtiyaçlarına uygun olarak düzenlenmesi de devam ediyor. Sigortalının faaliyet gösterdiği alanda ihtiyaç duyabileceği özel teminatların sağlanması ve ilgili faaliyetten

kaynaklı risklerin minimize edilmesi bu düzenlemenin başlıca amacı.”

“Hızlı Ekran” acentelerin kullanımına sunuldu

Sompo Japan Sigorta’nın kurumsal ürünlerinin hitap ettiği faaliyet alanlarına göre içeriği ve amaçlarının gerek bilimsel temellere gerekse de sigortalıların ihtiyaçlarına uygun hale getirilmesi için birçok kaynaktan yararlanılarak araştırmalar yapılıyor. Özer, çok daha detaylı hale getirilen, nitelik ve nicelik olarak sayısı artırılan faaliyet konularıyla ilgili şu bilgileri veriyor:

“Yeni faaliyet konularının sisteme entegrasyonunu beklemeden, mevcut faaliyet konuları içerisinde bir segmentasyon yaparak hedef riskleri belirledik. Tarife sistematığını de bu hedef risklerin portföye kazandırılmasının önünü açacak şekilde revize ettik. Bu sayede acentelerimizin, satış temsilcilerimizin kendilerine hedef olarak gösterdiği alanlarda çok daha rahat ilerleyebileceğini düşünüyoruz.”

Sompo Japan Sigorta, acentelerin günlük hayatındaki en önemli iki unsur olan hız ve kullanım kolaylığının sağlanması için birçok sistemsel iyileştirmeleri de 2016 yılında tamamladı. Daha çok bireysel ürünler için tercih



edilen ancak kurumsal işyeri paketi için de kullanılan "Hızlı Ekran" uygulaması daha da geliştirilerek ve yeni özellikler eklenerek acentelerin kullanımına sunuldu. Yine acentelerin teklif girişinden sonra azami düzeyde kendi yetkisi dahilinde onay verebilmesinin önünü açmak amacıyla tüm otorizasyon nedenleri tek tek incelendi ve birçok otorizasyon ya tamamen kaldırıldı ya da çalışma prensipleri değiştirilerek amaca hizmet eder hale getirildi. Sel-su baskını, yer kayması, terörizm gibi katastrofik riskler içinse süreci uzatan kontroller yerine "geo-code" esaslı ve şirkete özel risk haritalarından faydalanan akıllı sistemsel kontroller hayata geçirildi. Özer, bu sayede söz konusu riskler minimize edilirken süreçlerin de hızlandırıldığını vurguluyor.

"Müteahhitlerle kalıcı ilişkiler hedefliyoruz"


Sompo Japan Sigorta, Türkiye'nin lokomotif sektörlerinden inşaatın yanı sıra mühendislik sigortaları alanında da acentelere daha iyi hizmet verebilmek için çalışmalarını sürdürüyor. Türkiye'nin önde gelen müteahhitleriyle daha yakın çalışabilmek için çözüm odaklı bir anlayışla hareket ettiklerini söyleyen Özer, "Proje bazlı bir teknik değerlendirme yapmadan önce müteahhitin deneyimini ve yetkinliğini ön planda tutarak bu branştaki portföyümüzü kârlı bir şekilde büyütme amaçlıyoruz" diyor.

Sompo Japan Sigorta, müteahhitlerin gerek yurtiçi gerekse yurtdışındaki projeleri için çözüm yaratarak, acenteleriyle beraber kalıcı ilişkiler kurmayı hedefliyor. Özer, büyüyen acente ve sigortalı ağının

farklı ihtiyaçları için bir çözüm ortağı haline gelmek istediklerini, değişen dünyanın bir gereği olarak sorumluluk sigortaları konusunda da atılım içerisinde olduklarını anlatıyor.

"Piyasaya sürekli yeni ürünler sunacağız"

Sompo Japan Sigorta, geçen yıl içerisinde yeniden yapılandığı sorumluluk sigortaları birimlerini, yeni dönemde acentelerin ve sigortalıların bu alandaki tüm ihtiyaçlarına cevap verebilir hale getirmeyi amaçlıyor.

Uğur Özer, öncelikle mevcut ürünlerdeki sorumluluk teminatlarının içeriğini güncelledikten sonra, piyasaya sürekli yeni ürünler sunarak bu hedefe ulaşacaklarına inanıyor. Bu doğrultuda 2017 yılı içerisinde mesleki sorumluluk ürünlerinin acentelerin ve sigortalıların ihtiyaçlarını karşılar duruma geleceğini düşünen Özer, "Şirketimizin geniş acente ağına ulaşan teknolojik altyapısını kullanarak bu branşta hızlı ve acentelerimize fayda sağlayacak şekilde büyüyeceğiz" diyor. 



2017 YILINDA EĞİTİMLER VE ACENTE TOPLANTILARI ARTACAK

Sompo Japan Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Uğur Özer, kurumsal ve teknik anlamda yürütülen tüm bu yeniden yapılanma çalışmalarının acente ağıyla daha detaylı paylaşılabilmesi için 2017 yılı içerisinde acente ziyaretlerini ve eğitim toplantılarını artıracaklarını söylüyor. Geçen yıl, yeniden yapılanma kapsamında oluşturulan tüm teknik birimler arasındaki iletişimin güçlendirilmesi, birimler arasında koordinasyonun sağlanması ve teknik birimlerin benzer kalitede bir hizmet sunabilmesi amacıyla Kurumsal Teknik ve Reasürans Koordinatörlüğü bünyesinde Kurumsal Teknik İletişim ve Koordinasyon birimi kuruldu. Karşılıklı iletişimin güçlendirilmesiyle hizmet kalitesini en üst düzeyde tutmayı amaçlayan Sompo Japan Sigorta, satış kanallarının memnuniyetini artırmaya dönük önemli bir değişikliği de başta ulusal ve uluslararası birçok broker

ve bazı captive acenteler olmak üzere Kurumsal Satış Müdürlüğü tarafından yönetilen satış kanalları için iş kabul yetkisinin önemli bir kısmını Kurumsal Satış Müdürlüğü'ne bağlı teknik birimlere devrederek yaptı. Özer, "Bu sayede hem bu alandaki süreçlerde verimlilik sağlamayı hem de verilen hizmet kalitesini artırmayı hedefliyoruz. Ek olarak departman bünyesinde Özel Riskler Birimi kurularak ağırlıklı olarak broker kanallarından gelen enerji, elektrik/doğalgaz dağıtım ve çok yüksek bedelli yangın işlerinin satış ve underwriting faaliyetlerini tek bir elden yürütmeyi amaçladık. Kanalların direkt karar vericiyle irtibatı olmayı tercih etmesi ve bu tip işlerde başarıyı yakalamanın iş geliştirme ve underwriting yetkinlikleri yüksek uzman bir ekibin özel odaklanmasını gerektirmesi, bu yapılanmayı hayata geçirmemizi sağladı" diyor.



"Photos in courtesy of Stevie Thomas,
@TheAmalgamates #TheAmalgamates"

DÜNYANIN YEPYENİ LEZZET ZİNCİRİ

Lezzetlerimizi dünyanın dört bir yanındaki misafirlerimize ulaştırmak için çalışıyoruz.



TÜRKİYE • ALMANYA • ABD • İNGİLTERE • HOLLANDA • İSVEÇ • AZERBAJCAN • İRAK • KUVEYT • RUSYA
SUUDİ ARABİSTAN • KATAR • BAE • MISIR • FAS • DUBAİ • BELÇİKA • NAHÇIVAN • POLONYA • KIBRIS • SIRBİSTAN

www.simitsarayi.com •   /simitsarayi •  /simitsarayoofficial

Soğuk hava hasta etmez!



Uzm. Dr. Başak Namdar Çelikkın
İstanbul Florence Nightingale Hastanesi
Çocuk Hastalıkları Bölümü

Yüzyıllardır toplumlarda soğuk havanın çocukların solunum sistemi üzerine olumsuz etkisi olduğu düşünülür. Peki bu gerçekten doğru mudur? Pak çok insan grip, bronşit, zatürree gibi kışın daha çok görülen hastalıkların sebebi olarak soğuk havayı hatta karı suçlar. Bu klasik düşünce, özellikle son 15 yıldır bilim adamları tarafından yapılan birçok çalışma sonucunda değişmiş durumda.

Soğuk hava hasta etmez, aksine kapalı ortamda hastalık kapma ihtimaliniz daha yüksektir!

Çoğu Avrupa ülkesinde ebeveynler karda, soğuk havalarda çocuklarını sıkıca giydirip mutlaka dışarı çıkarır. Antarktika'da gönüllü bir grup insan üzerinde yapılan çalışmalar da soğuk havanın grip, bronşit gibi solunum sistemi hastalıklarına sebep olmadığını gösteriyor. Hatta kar yağmasının havada bulunan mikropların ölmesi anlamına geldiği, sıcaklık değerleri eksilere düşünce havanın mikroplardan dezenfekte

olduğu belirtiliyor. Bilimsel çalışmalar elbette inandırıcı ama biraz da soğuk havanın solunum sistemi üzerindeki etkilerinden bahsetmek gerekir. Soğuk hava, mukus transportunda önemli bir koruyucu etkiye sahiptir. Solunum sisteminin girişindeki ince mukus örtüsü kapı görevi görür, çeşitli mikropların akciğerlere ulaşmasını engeller. Soğuk hava da mukus üretimini artırır ve mukus örtüsü daha kalın hal alır ve mikroplar için bariyer görevi görür. Ayrıca soğuk havada nefes aldığınızda, burun çeperindeki kan dolaşımı artarak burun dokusu şişer ve böylece mikropların içeri girmesi zorlaşır. Bu sebeple soğuk hava doğal bir savunma sistemi oluşturur. Karla beraber hava daha da soğur, koruyuculuk ve savunma daha da artar. Yağan karla havada asılı kalan mikroplar yere düşer ve ortam temizlenir. Kar ayrıca çevresel atık ve kirliliğinde üzerini örterek çevresindeki hava kalitesini artırır. Yine nem oranı da azalır ve mikroplar için uygun ortam bozulur. ❗



HASTALIKTAN KORUNMAK İÇİN NELER YAPMALIMIZ?

- ❗ **Korkmayın, soğuk havayı soluyun:** Mutlaka soğuk havayı içinize çekin. Bol bol nefes alın.
- ❗ **Her şeyin başı su:** Bol sıvı tüketin.
- ❗ **Hijyene dikkat:** Sık sık ellerinizi yıkayarak mikropların ağız ve burun yoluyla vücuda girmesini önleyin.
- ❗ **Kalabalık kapalı ortamlardan uzak durun:** Hasta kişilerle teması en aza indirin.
- ❗ **Kıyafet seçimine özen gösterin:** Mevsime uygun giyinin.
- ❗ **Havanızı temiz tutun:** Bulduğunuz ortamı sık sık havalandırın, temiz hava akışını sağlayın.



Gündem

Kulis

Dünya

Sağlık
Seyahat

Konut
DASK

BES

Sigorta
verileri

Sigorta Gündem

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



Hepsi ve daha fazlası için
www.sigortagundem.com



Sigorta kökenli Cem Kenger ile asistans hizmetlerinde deneyimli Gözde Narman tarafından kurulan Beefikir, kurumsal müşterilerine etkili pazarlama ve reklam iletişimi konusunda uçtan uca hizmetler sunuyor...



Reklam ve pazarlama dünyasının arıları



Beefikir; yeni fikirleri, yeni projeleri başarıyla hayata geçirmek için gerekli tüm pazarlama, reklam ve iletişim ihtiyaçlarını karşılama hedefiyle yola çıkan bir iş modeli. Kurucu ortaklar Cem Kenger ve Gözde Narman'ın tecrübelerinin birleştiği bu çatı halen birçok kurumsal firmaya hizmet veriyor. Sigortadan bankacılığa, sağlıktan sosyal sorumluluk projelerine

müşteri yelpazesi oldukça geniş... Beefikir'i bir "Arı Kovanı" olarak adlandırmışlar ortaklar ve "Bizim kovanda polenler bala değil ama fikirler etkili pazarlama ve reklam iletişimi çözümlerine dönüşüyor. Bu çözümler de tadından yenmiyor" diyorlar. Mottolarını da şöyle özetliyorlar: "Dünyanın en iyi girişimi, en yaratıcı fikri, en faydalı ürünü, en iddialı projesi, doğru bir pazarlama iletişimi ve güçlü bir

tanıtım olmadan hak ettiği değeri bulamaz." Farklı sektörlerde 10 yılın üzerindeki kurumsal deneyimlerinin ardından iletişim alanındaki tutkularını değer yaratan projelere dönüştürmek



için yola çıkan Cem Kenger ve Gözde Narman ile bu iddialı projenin ayrıntılarını ve yeni hedeflerini konuştuk...

Önce kısaca Beefikir'in ne iş yaptığını anlatabilir misiniz?

Cem Kenger: Aslında bunu, uzman olduğu alanda müşterilerinin Adan Z'ye tüm ihtiyaçları için ürün ve hizmet bulunduran büyük bir markete benzetebiliriz. Beefikir, kurumsal müşterilerine reklam, pazarlama ve iletişim konularında uçtan uca tam hizmet sunan bir kreatif ajans. Halen kreatif anlaşmamız olan 6 şirket bulunuyor. Ayrıca yıllık anlaşma yapmadan proje bazlı çalıştığımız müşterilerimiz de var. Proje bazında ağırlıklı olarak kurumsal kimliğe ihtiyacı olan, marka yaratmak isteyen firmalar

bize geliyor. Teknoparkların pazarlamasını ve PR (halkla ilişkiler) faaliyetlerini yürütüyoruz. Örneğin, önde gelen bir teknoparkın tanıtım filmi yaptık. İsrail'e gitti ve çok beğenildi. Benzerini istediler. Bankalar için dergi yapıyoruz. İlaç sektöründen firmalarla çalışıyoruz. Örneğin, Uray Sigorta'nın sosyal medya dâhil tüm pazarlamasını biz yönetiyoruz. Boğaziçi Üniversitesi Makine Mühendisliği bölümüne hizmet veriyoruz. Şu an iki hastanenin de kreatif ajansızız. Onlar için pazarlama iletişimi ve saha çalışması yapıyoruz. Kısa bir dönemde iyi bir portföy oluşturduk. Normalde yeni kurulan bir şirketten ilk yılında kazanmasını bekleyemezsiniz. Ancak bizim geçmiş birikimimiz

sayesinde daha ilk ayında meyvesini vermeye başladı.

Logo için neden arı figürünü tercih ettiniz?

Gözde Narman: Biliyoruz ki her şey yaratıcı bir fikirle başlıyor. Ama çoğu kez bu devam edemiyor. Bir fikrin değer yaratabilmesi için arkasında güçlü bir strateji ve know-how olması, daha da önemlisi o fikri başarılı şekilde hayata geçirecek kaynakların bulunması gerekiyor. İşte Beefikir, böyle fikirlerin mucizevi pazarlama, satış, reklam ve iletişim çözümlerine dönüşebilmesi için arı gibi çalışan ve birlikte harikalar yaratan dinamik bir ekibe sahip. Çalıştığımız markalar için fark yaratmayı ve parmakla gösterilecek projeler üretmeyi vaat ediyoruz. Bu noktada da arıdan ilham aldık.

Arı dünyanın en mucizevi canlılarından biri. Çalışkanlığı, zekası, takım çalışmasıyla harikalar yaratıyor. 50 kilometre mesafeden bile kovanının yerini kesin bir şekilde tespit edebiliyor. Oluşturduğu petek de şekil itibarıyla en fazla ürünün en az malzeme kullanarak saklanabileceği tek geometrik şekil. Ayrıca arılar, arkadaşlarının zaman kaybetmemesi için balını aldıkları çiçeğin üzerinde manyetik bir

alan koyarak doğadaki en efektif takım çalışması örneklerinden birini sergiliyor.

Biraz kendinizden bahseder misiniz, nasıl başladınız?

Gözde Narman: Sosyoloji mezunuyum. 5 yıl sivil toplum örgütlerinde çalıştım ama her zaman bir yaratıcı tarafım vardı. Daha sonra özel sektöre geçtim ve Tur Assist'te kurumsal iletişim uzmanı olarak çalışmaya başladım. Orada 5-6 yıl çalıştıktan sonra yurtdışından bir teklifi aldım ve 2013'te Amerika'ya gittim. 2014'ün sonuna doğru döndüm ve enerji piyasasına yönelik yayın yapan, ağırlıklı olarak CEO röportajlarına yer veren bir dergide çalıştım. Ardından Türkiye'ye dönüş amacım olan, kendi asistans şirketim Markom-Z'yi kurdum.

Cem Kenger: Gözde ile yollarımız Tur Assist'te keşişti. Aslında sigorta tarafında çalışırken sigorta işlerini birlikte yapalım diye gittiğim ve bana ürün imkanını sağlayan bir yerdi Tur Assist. Sonra Gözde ile hemen hemen aynı tarihte profesyonel iş hayatını bırakıp yerel sektöre geçtik. Benim kariyerim 1998 yılında Garanti Sigorta'da (şimdiki adıyla Eureko Sigorta) başladı. Satış bölümünde başlayıp 9 yıl kadar sürdü. Doğuş Grubu kültürü enteresandır. İşin patronu olmayı öğretiyor insana. Bu yüzden Garanti Sigorta'dan zor ayrıldım. Adata aşkıttım şirketime. Ancak aile şirketimize geçmek zorundaydım. 2 yıl kadar orada çalışmam gerekiyordu. Yine satış ve pazarlamanın yöneticiliğini üstlendim. Ardından bölge müdürü olarak Zürih Sigorta'ya geçtim. Bir yıl kadar sonra da "Koalay" diye tanıdığımız Telesure Sigorta'da Alper Ziyal ve Meltem



Yiğit'le çalışmaya başladım. Telesure Sigorta'da pazarlamayı yönetmeme izin verip, bu konuda kendimi geliştirmemi sağladılar. Onlarla çalışmak da çok güzel bir deneyim oldu, 4 yıl birlikte görev yaptık. Sonrası malum, Gözde ile birlikte, hep aklımın bir köşesinde duran kreatif ajans fikrini Beefikir markasıyla hayata geçirdik. Marcom-Z de hala marka olarak devam ediyor. Beefikir ile birbirlerini tamamlayan ve ürettiğimiz tüm iletişim çözümlerimizde bizi farklılaştıran iki departman gibiler. Aslında tek bir şirket var ama çalışma alan ve sorumluluklarını iki farklı markayla ifade etmeyi tercih ettik. Beefikir video prodüksiyon, dijital pazarlama, basılı tanıtım materyalleri, sosyal medya yönetimi gibi her türlü kreatif reklam ve tanıtım hizmetlerini veriyor. Bu yaratıcılığa stratejik araştırma ve analizlerle yön veren; güzel ve dikkat çekici olduğu kadar işlevsel işlerin çıkmasını garantileyen bölümümüz ise Marcom-Z. Marcom-Z tarafında iletişim danışmanlığının yanı sıra sosyal sorumluluk ve PR projeleri geliştirip uyguluyoruz.

Ayrıca bireyler ve kurumlar için itibar yönetimi ve kriz yönetimi gibi hizmetler veriyor. Alanında uzman eğitimciler, akademisyenler ve mentörlerle çalışıyoruz.

Hangi sektörlerle çalışıyorsunuz?

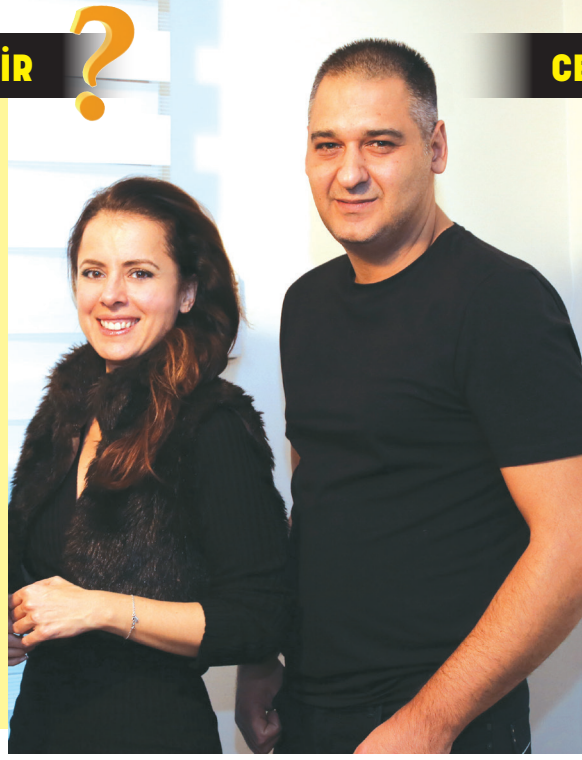
Cem Kenger: Bankacılık başı çekiyor. Sigorta tarafında dört beş acentemiz var. Bunlardan Uray Sigorta'nın pazarlaması bizde. Sigortacılar için örneğin, birçok ajansın yapmadığı fotoğrafı ben verebiliyorum. Fikri üretiyorum, en önemlisi konumlandırmayı yapıyorum, operasyonu da yürütüyorum.

Bizimle çalışan firmalar brief bile vermiyor. Çoğu ürünlere yönelik konsept çalışmaları yapıyor. Sigorta ikimizin de ürünlerin işleyişi itibarıyla çok iyi bildiğimiz bir alan. Bu yüzden sigorta tarafında özellikle pazarlama birimini rahatlatıcak bir hizmet söz konusu. Ürünü, işleyişi, hedef kitleyi, pazarı anlatmaya ihtiyaçları yok, sadece istemeleri yeterli. Uçtan uca tam hizmeti Beefikir'den alabiliyorlar. Gerekliğinde iş fikrine bile, tabii akıllarına yatması koşuluyla



GÖZDE NARMAN KİMDİR ?

1999'da tamamladığı ODTÜ Sosyoloji lisans eğitimin ardından insan kaynakları yönetimi ve işletme dallarında yüksek lisans yaptı. Uluslararası ve kâr amacı gütmeyen bir kuruluş bünyesinde üstlendiği sosyal proje koordinatörlüğü kapsamında Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde, Afrika'da toplumsal projelerin geliştirilmesi ve yürütülmesi konusunda çalıştı. Özel sektöre geçme kararının ardından Türkiye, ABD ve Rusya'da çeşitli uluslararası şirketler bünyesinde pazarlama ve satış yöneticiliği pozisyonları üstlendi. 2015'te kurduğu pazarlama iletişimi danışmanlığı şirketi Marcom-Z'nin projeleri Tühid tarafından "Altın Pusula" halkla ilişkiler ödülüne layık görüldü.



CEM KENGER KİMDİR ?

1998 yılında Uludağ Üniversitesi İktisat Fakültesi'nden mezun olduktan sonra Garanti Sigorta'nın ticari satışlar biriminde profesyonel hayata adım attı. 2007 yılında bölge satış yöneticiliği görevinden ayrılarak vinci sistemleri imalatı alanında faaliyet gösteren aile şirketi Erkuş A.Ş.'de satış ve pazarlama müdürü olarak göreve başladı. Erkuş'taki planlanmış çalışma dönemi bitince 2009 yılında Zurich Sigorta'da bölge yöneticiliği görevini üstlendi. 2011'de Sanset Sigorta'nın (Telesure Sigorta ve Reasürans Brokerliği A.Ş.) satış birimi yöneticiliğine getirildi. Ocak 2015'te Telesure Sigorta'dan ayrılarak Beefikir Kreatif Ajans'ı kurdu.

müdahale edebiliyoruz. Danışmanlık tarafımız da var. Bu çok butik bir hizmet ve müşteri sadakati yaratıyor. Şu ana kadar edindiğimiz müşterilerin hiçbiri inanın farklı bir firma arayışına girmede. Çünkü burada istedikleri her şeyi bulabiliyorlar.

Acentelerden bahsediyorsunuz. Sigorta şirketleri, örneğin Eureko Sigorta ve Zurich Sigorta'dan bu anlamda bir işbirliği talebi geldi mi? Hedef kitlenizi tanımlayabilir misiniz?

Cem Kenger: Hayır, bahsettiğiniz şirketlerinden henüz böyle bir talep gelmedi. Ama yeni yeni "biz buradayız" diyoruz. Zaten ağırlıklı bir sektör de belirlemedik. Hedef kitle için "katma değer sağlayabileceğimiz kurumsal firmalar" diye genel bir çerçeve çizebiliriz.

Gözde Narman: Talep geliyor, sizden bir şeyler istiyorlar. Çok

büyük yapılar değil ama sigorta şirketleri bizim alanımıza giriyor. Üç beş tane ajansla çalışan ve yıllardır bu işi yapan, son kullanıcıya ürün satan şirketlerden ziyade pazarlama faaliyetlerini yeni yeni yapan, içeride çok büyük bir pazarlama ekipleri olmayan ve know how'a ihtiyacı olan firmalar daha çok bizden faydalıyor. Nitekim hastanelerde, belediyelerde bunları gördük. Sonuçta bu işlere yeni giren bir şirket içeriye pazarlama müdürü ve en az iki eleman alacak, bunun 20-30 binleri bulacak aylık maliyet oluşacak... İşte bunun yerine önce bizimle çalışıyor, bir süre sonra oturmaya başladığında da yavaş yavaş pazarlama departmanını kurup devam ediyor.

Sizin dışınızda bu işi yapan firmalar var mı?

Cem Kenger: Bildiğimiz kadarıyla yok. Belki zincir olup

da yurtdışında bağlantılı olan firmalar yapıyor olabilir ama onlar da bizim segmentimiz değil. Mesela şu anda elimizde ciddi yatırımcıların iştahını kabartacak üç tane proje var. Bunlardan ikisi start aldı, birinin de üzerinde çalışıyoruz...

Bu fikirler kimlerin iştahını kabartacak?

Cem Kenger: Alışveriş merkezleri odağımızda. Aslında AVM'ler şu anda Türkiye'de ve dünyada çok odakta olan kişisel gelişim, danışmanlık, koçluk, mentörlük sektörünün iştahını kabartabilir. Bizim de AVM'lere yönelik birebir sigorta ve bankacılık sektörüyle entegre bir projemiz var.

Şirketinizde şu anda kaç kişi görev yapıyor?

Gözde Narman: 6 kişiyiz. Ama önümüzdeki dönemde daha çok dışarıdan destek alacağız ya da içeriye adapte edeceğiz. ©



Büyük veri yönetimi ve sigortacılık



Zeynep Turan Stefan
znptrn@gmail.com

Artık her adımımız istediğimiz ölçüde kayıt altında ve istediğimiz ölçüde istediğimiz kişi ve kurumlarca paylaşılabilir halde. Bu kayıt altındalık ortaya ciddi bir veri dağı çıkarıyor. Bu verileri büyük bir samanlığa benzetirsek, rakiplerimize fark atabilmek için ihtiyacımız olan iğneyi nasıl bulacağımız, artık samanlığa sahip olmak kadar önemli hale geldi...

Geçen haftalarda Avrupa Düzenleyici Kurumlar Birliği (EIOPA) tarafından başlatılan bir çalışma dikkat çekiciydi. EIOPA, sigorta sektöründe büyük veri kullanımının ve düzenleyici kurumların alması gereken aksiyonların nasıl olması gerektiğiyle ilgili mart ayı ortalarına kadar sürecek bir çalışma başlattı. Avrupa Birliği ülkelerinde geçerli mevcut veri koruma, rekabet ve tüketici haklarının korunması kanunlarıyla ilgili sektör yetkililerinin görüşlerini soran EIOPA, alması gereken pozisyonunu da bu şekilde oluşturmayı planlıyor. B2B (şirketten şirkete) ve B2C (şirketten tüketiciye) diye iki genel kategoriye ayırabileceğimiz iş modellerinin her birinde büyük veri yönetimi (big data management) artık kritik bir öneme sahip. Büyük veri yönetiminin üç yönü olduğunu söyleyebiliriz. Birincisi verilerin toplanması ve saklanması, ikincisi ham verilerin (row data) işe yarar hale getirilmesi, üçüncüsü de işe yarar hale getirilen verilerin yönetilmesi yani ihtiyaç duyulan alanda kullanılabilmesi. Verilerin toplanması konusuna şubat ayında bu köşede değinmiştik. Akıllı cihaz (cep telefonları, tabletler, giyilebilir teknolojik ürünler) kullanımının artmasıyla sensörler ve bu nesnelere interneti (IoT) kavramları hayatımıza hızlı bir giriş yaptı. Artık her adımımız

istediğimiz ölçüde kayıt altında ve istediğimiz ölçüde istediğimiz kişi ve kurumlarca (suistimaller haricinde) paylaşılabilir halde. Bu kayıt altındalık ortaya ciddi bir veri dağı çıkarıyor. Bu verileri büyük bir samanlığa benzetirsek, rakiplerimize fark atabilmek için ihtiyacımız olan iğneyi nasıl bulacağımız, artık samanlığa sahip olmak kadar önemli hale geldi.

“Böl, daha kolay ve hızlı yönet”

Sigortacılık özelinde büyük veri yönetimine bakarsak, ilk aşamada karşımıza geniş sigortalı havuzundan edinilen bilgilerin derlenmesi geliyor. Zira özellikle hayat poliçelerinde poliçe yapılırken sigortalıya dair birçok bilgi; yaşı ve cinsiyetinden yemek tercihleri ve geçirdiği ameliyatlara kadar sigortalı tarafından beyan ediliyor. Bu verilerin benzer olanlarının birleştirilmesi ve bir veri seti (unique data sets) yaratılması sürecin ilk adımı. Böylece verilerin boyutu azaltılıyor (reduction of data footprint) ve daha kolay yönetilebilir hale geliyor. İkinci adımı ise oluşturulan veri setlerinin sanallaştırılması (virtualization) oluşturuyor. Sanallaştırmayla aynı veri seti farklı uygulamalar tarafından mevcut veri boyutu artırılmadan yani yeni “data footprint”ler yaratılmadan kullanılabilir ve kaynağından bağımsız saklanabiliyor. Yani bir anlamda “böl, daha kolay ve hızlı yönet”ten söz edilebilir. Bu adımların atılmasının ardından elde edilen avantajlara

saymakla bitmiyor. Öncelikle veri daha kolay ve hızlı rapor edilebilir hale geliyor. Saklama ve veriye erişim yetkisi verebilme daha kontrollü oluyor. Bu adım özellikle giderek artan siber riskler açısından inanılmaz önem taşıyor. Bütün veri setleri görselleştirildiğinden sonuçlar daha doğru ve kullanıcılar için daha tatmin edici oluyor.

Veri setlerinin görselleştirilmesinin diğer bir avantajı da olası bir data kaybı durumunda geri dönüşünün kolayca sağlanması. Neyin nerde olduğunu bilen birinin, kaybettiğini nerde araması gerektiğini bilmesi gibi. Raporlama fonksiyonlarının kullanıcılara verilerek IT departmanı elemanlarının raporlamadan uzaklaştırılması ve daha kritik projelerde görevlendirilmesi ise büyük veri yönetimindeki başka bir güzellik.


Ham verinin doğruluğu ve kalitesi çok önemli

Süreç kısaca bu şekilde özetlenebilir. Ancak bu büyük samanlıkta aranan iğnenin bulunabilmesi için bazı ön koşullar da gerekiyor. Örneğin veri sahibinin veya veriyi kullanmak için satın alan kişinin neye ihtiyacı olduğunu iyi analiz etmesi, genel değil belirli ve ayrıntılı senaryoların oluşturulması, veri setlerini oluştururken bu ihtiyacı merkezde olması, senaryolar oluşturulacaksa bu kurallara göre oluşturulması gibi. Zira rotasız gemiye hiçbir rüzgarın yardım edemeyeceği gibi veriyle neye ulaşmak istediğini bilmeyen şirkete de büyük tutarlar ödenerek alınan hiçbir veri yönetimi yardım edemiyor. Diğer bir önkoşul da bu sürece



Sigortacılık, her geçen gün teknolojinin temelinde olduğu bir sektör olmaya daha çok yaklaşıyor. Bu yarışta kaynaklarını iyi değerlendirebilen şirketler, küçük ölçeklerde olsalar bile hızla arayı açacak. Değerlendiremeyenlerse ölçeklerine ve uzun tarihi geçmişlerine bakılmaksızın satış sürecine girecek...

sokulan ham verinin ne kadar doğru ve eksiksiz olduğu. Ülkemizde müşteri verileriyle ilgili özen ne yazık ki minimum düzeyde. Birçok poliçede adres ve iletişim bilgileri kısmında acentenin bilgileri veya jenerik 111-222 rakamlar veya AAA gibi harfler yer alıyor. Müşteri profilini, genellikle hangi yaş grubundan müşterilere sahip olduğu, hangi eğitim düzeyinde oldukları, çapraz satış için gerekli sahiplik detayı gibi, anlamak isteyen sigorta şirketinin verilerin doğruluğu için ön bir "temizlik" yapması ve kullanıcılarının doğru bilgiler girmesi için sistemsel kontroller oluşturmaları gerekiyor. Poliçe oluşturulma süresini uzatabilecek ve acentenin işini zorlaştırabilecek herhangi bir ek adım yaratmak istemeyen sigorta şirketleri ise bu çözüme mesafeli bakıyor. Hayat sigortalarında durum biraz daha iyi olsa da elementer branşta ne yazık ki poliçe bilgilerinin bir bölümü kullanılamaz halde. Diğer yandan, büyük veriyi yönetmek için şirketlerin IT departmanları tarafından binlerce kişi/saat harcanarak oluşturulan raporlama uygulamaları da mevcut.

Buradaki kritik nokta, sürecin mutlaka son kullanıcı istekleri dahil edilerek yürütülmesi. Bu özellik başlangıç noktasına konulmadığı zaman veriyi işlemek için kullanılan raporlama uygulaması kullanıcıların isteklerini karşılayamıyor ve ihtiyacı olan veriye ulaşmak için çalışan yine IT Departmanından yardım istemek zorunda kalabiliyor. Sigorta şirketleri, yeni poliçeler satabilmek ve portföylerini genişletmek için ihtiyaçları olan bilgilere aslında bir şekilde sahipler veya bu bilgileri ücretleri karşılığında üçüncü şahıslardan satın alabiliyor. Ancak önemli olan bu verileri nasıl kullanmaları gerektiğini bilmeleri. Yine samanlıkta işlerine yarayacak iğneleri aramak durumundalar. Eski durumundan farklı olarak sigortacılık, her geçen gün teknolojinin temelinde olduğu bir sektör olmaya daha çok yaklaşıyor. Bu yarışta kaynaklarını iyi değerlendirebilen şirketler, küçük ölçeklerde olsalar bile hızla arayı açacak. Değerlendiremeyenlerse ölçeklerine ve uzun tarihi geçmişlerine bakılmaksızın satış sürecine girecek. 



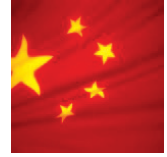
AIG, Brexit kaynaklı sorumluluk sigortası teminatlarını artıracak

İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden ayrılması yönünde karar alınan referandumun üzerinden aylar geçmesine rağmen şirketler açısından belirsizlik sürüyor. Sigorta şirketleri Londra'da bulunan merkezlerini Avrupa Birliği üyesi başka bir ülkeye kaydırma konusunda karar vermeye çalışırken İngiltere'deki portföylerini de gözden geçirmeye başladılar. Amerikan sigorta devi AIG ise Brexit sürecinde yöneticilere sağladığı sorumluluk sigortasındaki teminatlarını artıracığını duyurdu. Bu kararın herhangi bir prim artışına

sebeup olmayacağını belirten şirket yetkilileri, poliçe kapsamındaki risklerin artan maliyeti, konaklama ve ulaşım masrafları gibi kalemlerdeki yükselişlerin ekstra teminatları gerekli kıldığına işaret ediyor. AIG bünyesinde sigortalı yöneticilerin teminatlarının 50 bin ile 250 bin Euro arasında değiştiği belirtiliyor. İngiltere'de halen 3 milyon civarında Avrupa Birliği üyesi ülke vatandaşı çalışıyor. Üst düzey yöneticilerin yoğun olduğu bölgede iş hayatını yakından ilgilendiren düzenlemeler merakla bekleniyor.

Çin'den yabancı yatırımcılara destek

Çin hükümeti, yabancı yatırımcıların finans ve endüstri alanındaki yatırımlarını artırmak için çalışmalarına başladı. Çin Ulusal Gelişme ve Reform Komisyonu (NDRC) Başkanı Ning Jizhe; bankacılık, fon yönetimi, sigorta ve vadeli işlemler alanlarında bilgi birikimi ve yatırıma ihtiyaçları olduğunu, ülke ekonomisinin yabancı yatırımcılar için cazip hale getirilmesi gerektiğini vurguladı. Özellikle ulaştırma ve hammadde üretimi gibi alanlarda yeni adımlar atacaklarını belirten Jizhe, yatırımcılarla uzun vadeli bir işbirliği öngördüklerini ifade etti. Telekomünikasyon, internet ve eğitim alanlarında da yeni iş planları gerektiğinin altını çizen Jizhe, altyapı projeleri, enerji üretimi, çevrenin korunmasına dönük geliştirici adımlar ve su kaynaklarının verimli bir şekilde değerlendirilmesiyle ilgili çalışmaları gündemlerinde tutmaya devam ettiklerini belirtti.



Scor, Hindistan'daki yeni bölge ofisi için onayı aldı

Fransız reasürans şirketi Scor, Hindistan'da açacağı yeni bölge ofisi için düzenleyici kurum IRDAI'dan onay aldı. Kurum geçenlerde beş farklı reasürans şirketinin benzer taleplerini de onaylamıştı. Nisan ayı içerisinde çalışmalarına başlayacak olan Scor, hayat sigortalarında faaliyetlerini yoğunlaştırmayı planlıyor. 1973 yılından bu yana Hindistan'da faaliyet gösteren Scor, ilk ofisini

2005 yılında açmıştı. Hindistan'da düzenleyici kurumun yabancı yatırımcılara yönelik sınırlamayı gevşetmesinin ardından birçok uluslararası sigortacılık grubu ülkeye yatırımlarını aktarmaya başlamıştı. Düşük sigortalılık oranı, gelişen sahiplik ve artan kişi başına gelirle Hindistan, düşük faiz oranlarından kaçan yatırımcılar için cazip fırsatlar sunuyor.





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



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

ASSIST **L**INE

Lloyd's, Carrie Fisher'ın ölümü için Disney'e 50 milyon dolar ödeyecek

Star Wars serisi kahramanlarından Carrie Fisher'ın 60 yaşında ölümünün yankıları sürerken Lloyd's'un Disney'e 50 milyon dolar ödeme yapacağı açıklandı. Star Wars markasının ve film yapım şirketi Lucas Film'in sahibi Disney tarafından yapılan açıklamada, serinin gelecek üç bölümünü kapsayan poliçede, aktristin rol alamaması durumunda imzalanan hayat poliçesinin devreye gireceği belirtildi. Bunun gerçekleşmesi durumunda, sigorta tarihinde hayat alanında tek bir kişiye ödenen en yüksek tazminat olacak.

Öte yandan Lloyd's CEO'su Inga Beale, 2016 yılını kârlı olarak kapatmadıklarını açıkladı ve sektördeki kârlılık ile poliçelerdeki kâr marjlarının giderek azaldığından yakındı. 2017 yılında



hedeflerin devamlılığının sağlanabilmesi için teknik analiz yapılarının gözden geçirileceği ifade eden Beale, yeni

yıldaki çalışmalarının modernizasyona ve teknolojik yenilenmeye dayanması gerektiğinin altını çizdi.

2016'da 750 doğal afet 175 milyar dolarlık hasara neden oldu

Durağan geçen 3 yılın ardından 2016, doğal afetler nedeniyle yüksek maliyetli bir yıl olarak kayıtlara geçti. Yıl içerisinde gerçekleşen doğal afetlerin toplam maliyetini 175 milyar dolar olarak açıklayan Munich Re, bu tutarın sadece 50 milyar dolarının teminat altında olduğunu bildirdi.

2016 yılı içerisinde doğal afet olarak sınıflandırılabilir 750 olay gerçekleşti. Bu rakam 2015 yılında 590'dı. Doğal afetlerde ölenlerin sayısı ise 8 bin 700 olarak açıklandı. Doğal afetlerin yüzde 34'ünü sellerin oluşturdu. Bu oran son 10 yılın en yüksek değerini oluşturdu. Geçen yıl en yüksek maliyete sahip



doğal afet 31 milyar dolarla Japonya depremi oldu. Bu felakette toplam maliyetin sadece yüzde 20'sinin teminat altında olduğu belirtildi. Haziran ve temmuz aylarında Çin'de meydana gelen sel, kendi kategorisi içerisinde en yüksek maliyete sahip afet oldu.

Burada ise toplam hasarın sadece yüzde 2'si teminat altındaydı. Kuzey Amerika'daki en yıkıcı doğal afet Haiti'de meydana geldi. 550 kişinin ölümüne yol açan ve doğu sahilini yıkan Matthew kasırgası 10.2 milyar dolarlık hasara yol açtı. Bu hasarın da sadece yüzde 30'unun teminat altında olduğu ifade edildi.

Avrupa kıtasını Mayıs ve Haziran aylarında etkileyen şiddetli yağmurların yol açtığı sellerse bölgedeki en maliyetli doğal afetler olarak kayda geçti. Toplamda 6 milyar Euro hasara yol açan doğal afetlerde sigortalı hasarın oranı yüzde 50 civarındaydı.

VERUSA HOLDİNG

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



V E R U S A
H O L D İ N G



VERUSATURK
GİRİŞİM SERMAYESİ YATIRIM ORTAKLIĞI

ACISELSAN
ACIPAYAM SELÜLOZ SANAYİ VE TİC. A.Ş.

ataenerji

ALDEM
ÇELİK

INNATED
INNOVATIVE TECHNOLOGY DEVELOPMENT

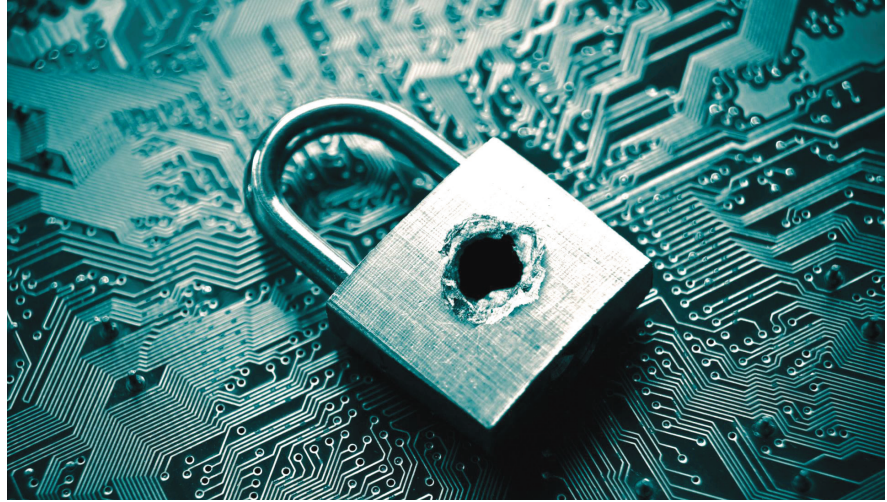
Eski Büyükdere Cd. Ayazağa Yolu İz Plaza Giz No:9 Kat:14 D:51 34398 Maslak - İstanbul-TÜRKİYE
Tel: +90 212 290 74 90 Fax: +90 212 290 74 91 e-posta: info@verusa.com.tr

www.verusa.com.tr

Zurich Sigorta, KOBİ'leri siber ataklara karşı uyarıyor

Zurich Sigorta; Amerika, Avrupa ve Asya-Pasifik bölgesindeki 13 ülkeden 2 bin 600 katılımcıyla hazırlanan araştırmayı kamuoyuyla paylaştı. Özellikle küçük ölçekli işletmelerin risklerine ve düşük sigortalılık oranına dikkat çeken rapor, 2015 yılı sonuçlarıyla karşılaştırıldığında ciddi değişimler ortaya koyuyor. KOBİ'lerin siber riskle ilgili endişeleri arasında müşteri bilgilerinin çalınması, kurumsal itibarlarının zarar görmesi, siber saldırılarla maddi kayıplara maruz kalmaları ve iş süreçlerinin aksaması başı çekiyor. Katılımcıların sadece yüzde 5'i gerekli önlemleri aldıklarını belirtirken, sigorta bilinci ve sahipliği oranı da yine yüzde 5 seviyelerinde.

Bölgelere göre beklentiler incelendiğinde, Avrupa Birliği ülkelerinde müşteri verilerinin çalınması ve itibar (reputasyon) kaybı KOBİ'lerin endişelerinde ilk sırada yer alıyor. ABD'de şirket hesaplarının ele geçirilmesi ve maddi kayıp yaşanması öncelikli tehdit olarak görülüyor.

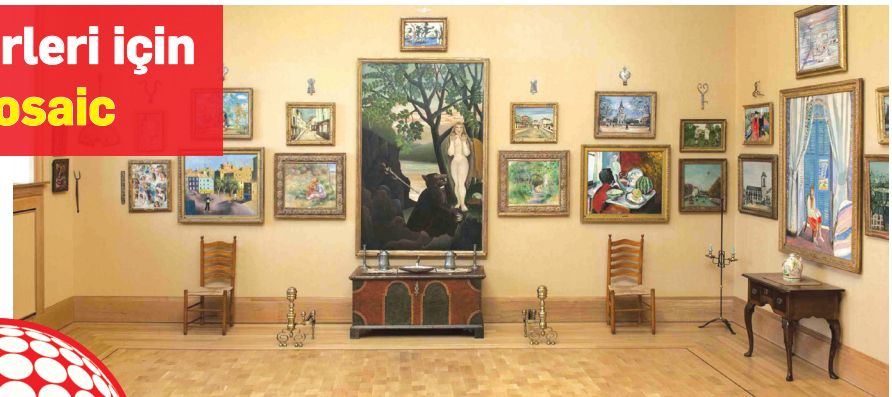
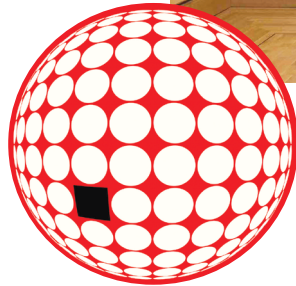


Latin Amerika ülkelerinde itibar kaybı birinci sırada yer alırken, üçüncü şahısların başlatabilecekleri hukuki süreçler dolayısıyla oluşabilecek kayıplar da KOBİ'lerin korkulu rüyaları arasında. Asya-Pasifik ülkelerinden katılımcılardan gelen cevaplar da itibar ve müşteri verileri kaybıyla ilgili endişeleri ilk sıralara yerleştiriyor. Araştırma sonuçlarını değerlendiren uzmanlara göre, KOBİ'lere yönelik

risklerle birlikte farkındalık da artıyor. Ancak alınması gereken güvenlik önlemleriyle ilgili neler yapabileceklerini bilmiyorlar. Zurich Sigorta olarak KOBİ'lerin ihtiyaçlarına cevap verecek ürünler üzerinde çalıştıklarını belirten uzmanlar, etkin yönetim için düzenleyici kurumlar, servis sağlayıcıları ve iş sahiplerinden de destek alınması gerektiğini düşünüyor.

Sanat koleksiyonerleri için yeni bir sigorta: Mosaic

XL Catlin, koleksiyonerler için geliştirdiği yeni ürünü "Mosaic"i sanatseverlerle buluşturdu. Geleneksel ürünlerin yanında "terzi işi" teminatlarla ürününü daha çok ihtiyaca özel olarak değiştiren XL Catlin; Fransa, İtalya, Belçika, İsviçre ve İspanya'da ürün lansmanını gerçekleştirdi. Sanatseverleri taşınma, çalınma ve suyun yaratabileceği tahribatlara karşı koruyan ürünün sektördeki ihtiyaca cevap vermesi bekleniyor.



XL Catlin EMEA (Avrupa, Ortadoğu, Afrika) bölge yöneticisi Yannick Daucourt, tarihsel olarak Kıta Avrupası'nın sanat ürünleri için öncelikli bir pazar olduğunu belirtiyor. Dünya genelindeki koleksiyonerlerin yüzde

38'inin Avrupa ülkelerinde yaşadığını hatırlatan Daucourt, önümüzdeki dönemde kişilere ait özel müzelerin hızla yayılacağına ve sanat eseri alınmasına yönelik yeni kredi türlerinin üretilmesiyle pazarın genişleyeceğine inanıyor. Bu da Daucourt'a göre doğal olarak ilgili sigorta ürünlerine talebi artıracak.

Borsa = Gündem

Kazanmak için

önce siz öğrenin

- ✓ Hisse senetlerindeki hareketlerin perde arkası
- ✓ Uluslararası piyasalardaki son gelişmeler
- ✓ Altın, döviz, faiz için yatırım stratejileri



Raporlar, analizler,
uzmanlardan
öneriler

Borsada
flaş gelişmeler,
son dakika
haberleri

Hepsi ve daha fazlası için



[http:// www.borsagundem.com](http://www.borsagundem.com)



Dünyanın sekizinci büyük ekonomisi depremde sınıfta kaldı!



Reasürans devi Swiss Re, 2016 yılında gerçekleşen doğal afetler ve sigortalılık oranlarından yola çıkarak, 2017 yılında özellikle sigortalı olma bilincinin artırılması gerektiğinin altını çiziyor. Düşük sigortalılık oranının hem hasar sahiplerini hem de sigorta sektörünü olumsuz etkilediğini belirten Swiss Re, İtalya'da meydana gelen deprem sonrasında

299 kişinin hayatını kaybettiğini ve sigorta şirketleri tarafından toplamda sadece 70 milyon Euro ödeme yapıldığını hatırlatıyor. Öte yandan, İtalya hükümetinin deprem sonrası gerekli onarımların yapılabilmesi için hazırladığı bütçe 5 milyar Euro civarında. Dünyanın sekizinci büyük ekonomisi olması ve aktif deprem bölgesinde yer almasına

rağmen İtalya'daki yerleşim yerlerinin sadece yüzde 1'inin teminat altında olduğuna dikkat çeken Swiss Re yetkilileri, ekonomik büyüklükle birlikte devam eden bu riskin sürdürülemez olduğunu düşünüyor. Sektör yetkilileri, reasürans dünyası için 2017 yılının zor ve kârlılık açısından şirketleri zorlayıcı geçeceği konusunda hemfikir.

Allianz, hayat poliçelerindeki getiri oranını düşürüyor

Düşük faiz oranlarının olumsuz etkileri sürüyor. Hayat portföyü olan sigorta şirketleri bu konuda gerekli önlemleri alıyor. Nitekim Alman sigorta devi Allianz, hayat sigortası poliçelerinde getiri oranını 2017 yılı itibarıyla yüzde 3.1'den 2.8'e indireceğini açıkladı. Almanyada ortalama getiri yüzde 2.6 civarında olduğundan, bu indirimin Allianz müşteri arasında ciddi bir itiraza yol açmayacağı düşünülüyor. Allianz'ın rakiplerinin de benzer bir yol izlemesi bekleniyor. Alte Leipziger Hallesche ve Stuttgarter Lebensversicherung gibi bazı Alman hayat şirketleri 2017



yılında poliçelerinde getiriyle ilgili bir düzenleme yapacaklarını açıklamıştı. ERGO da 2017 yılı için poliçe getiri oranını 0.45 puan azaltarak yüzde 2.6

olarak duyurmuştu. Ancak yüksek sigortalılık oranı ve sektör liderliğinden dolayı Allianz'ın indiriminin geniş bir kesimi etkileyeceği bir gerçek.

“Çalışanlarımızın geleceği için sektörün en çok tercih edilen şirketi* Garanti Emeklilik’i seçtik. Çünkü uzmanlık bizim için önemli.”

Ebru Tarhanlı

GARANTİ
EMEKLİLİK’İ
SEÇİYORSAM,
BİR SEBEBİ
VAR.

Bireysel emeklilikte “Otomatik Katılım” dönemi başlıyor! Siz de bu yeni dönemde Garanti Emeklilik’i tercih edin, uzman kadromuz ve tecrübemizle her zaman yanınızda olalım.

 Garanti Emeklilik

Garanti Şubeleri - 444 0 336 - garantiemeklilik.com.tr

*Emeklilik Gözetim Merkezi’nin 9.12.2016 tarihli verilerine göre Garanti Emeklilik, bireysel emeklilik katılımcı sayısında 1. sırada yer almaktadır.

AXA, Bluefin'in satış sürecini tamamladı

Fransız sigorta devi AXA, elementer branşta uzman İngiliz broker Bluefin Insurance Group Ltd'nin satış sürecinin tamamlandığını açıkladı. Finansal yapısını sağlamlaştırmayı amaçlayan ve kârlı iş kollarına daha fazla kaynak aktaracağını belirten AXA, yeni satın alma ve satış süreçlerini başlatabileceğini de bildirdi. Bu arada AXA Yönetim Kurulu'nda yeni gelişmeler de dikkat çekiyor. Başkan Yardımcısı Norbert Dentressangle görevinden ayrılacağını açıkladı. Dentressangle'nin yerine Jean Martin Folz'un atanmasına karar verildi. 2007 yılından bu yana AXA Yönetim Kurulu'nda görev alan Folz, aynı zamanda bağımsız direktörlük görevini de yürütüyordu. Kurul



ayrıca, yatırım şirketi CIAM'ın başına André François Poncet'nin atanmasını onayladı. 57 yaşındaki André François

Poncet, Morgan Stanley, BC Partners'ın Paris, Londra ve New York ofislerinde 30 yılı aşkın finans deneyimine sahip.

Avrupa Düzenleyici Kurumlar Birliği büyük veri yönetimi ile ilgili bilgi topluyor

Avrupa Düzenleyici Kurumlar Birliği (ESA), büyük veri yönetiminin (big data management) olası fayda ve riskleriyle ilgili 17 Mart 2017'ye kadar devam edecek bir araştırma başlattı. Söz konusu araştırma büyük veri kullanımı, düzenleyici kurumların nasıl pozisyon almaları gerektiği, büyük veriyle birlikte kullanılacak uygulama ve uygulamalarla ilgili bilgi toplamayı amaçlıyor. EIOPA Başkanı Gabriel Bernardino, büyük veri olgusunun tüketiciler, finansal kurumlar, düzenleyici kurumlar ve sektördeki bütün paydaşlar tarafından etraflı şekilde irdelenmesi ve süreçlerin hızla büyük veri kullanımıyla doğacak detaylı analizlere hazırlanması gerektiğini düşünüyor. Katılımcıların



ESA'ya sunacağı araştırma sonuçları merakla beklenirken, birçok sigorta şirketinin büyük veri kullanımıyla ilgili hazırlıklarını sürdürdüğü biliniyor. e

Ziraat Bankası'nda bir gecede 11 genel müdür yardımcısı değişti

Kim nereye transfer oldu?

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

Sektörle ilgili son gelişmeler

TRT Genel Müdürlüğü'ne talip olan bankacı kim?

Hepsi ve daha fazlası için

www.finansgundem.com

17 Aralık 2013 Salı 14:39

Finans Gündem

Öne Çıkan Haberler

- İngiltere'de enflasyon hedefler dahilinde
- Uç yünüli görüşme yapabilen akıllı telefon
- Uç yünüli görüşme yapabilen dünyanın ilk akıllı telefonu: Çömür SIMBA SK1
- Altınbaşı'na atama
- Bir inşaat patronu daha gizaltında
- Merkez faizi sabit tuttu
- AHEM Perinçek'i haklı buldu
- Japonya tahvil ihracatı artıracak
- Serbestan faiz indirdi

Haberleri sitenize ekleyin

Finans Hattı

- Sırbistan faiz indirdi
- Almanya'nın tüketici güveni yükseliyor
- 2013 altından çıkış yılı oldu

MERKEZ 'AYNEN DEVAM' DEDİ FAİZ DEĞİŞTİRİLMEDİ

Her 50TL'lik alışverişinize 15 otomobilden biri hediye

DEV MARKALAR

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 > Tümü

can'ın Geleceğine MALAGELSİN

canageceginemalagelsin.com

TEB

**FİNANS SEKTÖRÜNÜN
İNTERNETTEKİ BULUŞMA ADRESİ**

Otomatik katılımda operasyonel verimlilik



Can Demirağ
Cigna Finans Emeklilik
Operasyon ve Tazminat Müdürü

Emeklilik şirketleri, otomatik katılımın getireceği iş yoğunluğu ve olası sorunlara karşı çözüm geliştirmek zorunda. Toplu işlemler, self servis uygulamalar, alternatif kanalların kullanımı ve süreç güncellemeleri bu konuda başı çekiyor...

Otomatik katılım, Türkiye genelinde yaklaşık 13 milyon kişiyi kapsayacak. Bunların yaklaşık yarısının sisteme dahil olduktan sonraki ilk 2 ay içerisinde cayma hakkından faydalanması bekleniyor. Bireysel emeklilik sisteminde 13 yılda gönüllü olarak sisteme katılmış 6 milyon katılımcı biriktiğini göz önünde bulundurursak, otomatik katılım mevcut hacmi ikiye katlayacağını, mevcut katılımcı sayısı kadar da çıkış yaratacağını söyleyebiliriz. Emeklilik şirketlerinin mevcut kaynakları ve operasyonel yapılarıyla bunu sağlamakta zorlanacağı bir gerçek. Otomatik katılımı birlikte emeklilik şirketleri yoğun bir şekilde sisteme giriş ve cayma talepleriyle, katılımcıların faizli-faizsiz fon tercih değişiklikleriyle, ara verme talepleriyle ve iş değişikliği sebebiyle yapılacak birikim transferi işlemleriyle baş etmesi gerekecek. Bir süre sonra da fon dağılımı değişikliği ve erken çıkış talepleri yoğunluğu yaşanacak...

• **Toplu işlemler:** Emeklilik şirketlerinin yeni dönemde bu tür sorunlara karşı geliştireceği çözümlerin başında toplu işlemler yapmak geliyor. Operasyonel verimlilik açısından aynı tip işlemleri bir arada yapmak her zaman fayda sağlar. Normal şartlarda teker teker

yapılması gereken işlemlerden uygun olan bazılarının şirket sistemleri tarafından toplu olarak gerçekleştirilmesi de maliyet ve kaynakları etkin kullanmak açısından bir çözüm olabilir.

• **Self servis uygulamalar:**

Yoğun işlem ihtiyaçlarının karşılanmasında fayda sağlanabilecek diğer bir yöntem de self-servis uygulamalar. Yani katılımcıların kendi taleplerini kendilerine özel güvenli alanlardan karşılaması. Bu yöntem sadece teknolojik bakım maliyeti içermesi ve insan dokunuşuna minimum ihtiyaç duyması açısından oldukça etkindir.

• **Alternatif kanalların**

kullanımı: Özellikle internet, IVR, ATM, mobil sistemlerin kullanımının maksimize edilmesi de otomatik katılımlı bireysel emeklilik sistemi için vazgeçilmez aksiyonlardan olacak.

• **Süreç güncellemeleri:** Yıllar içerisinde oluşturulan süreçlerin yenilikçi bir bakış açısıyla gözden geçirilmesinde de fayda var. Çünkü yıllardır aynı işi yapan kişilerde oluşan iş körlüğü, onların süreçlerindeki israf noktalarını, gereksiz iş yüklerini görmelerine engel teşkil edebiliyor. Süreçler gözden geçirilerek, gereksiz işlerin elimine edilmesi de maliyetsiz fayda sağlamanın en kolay yolu olarak görülebilir. e



“Başarınızın Bilişim Ortağı”

SMARTSALES

SmartSales ile operasyonel maliyetlerinizi azaltabilir, satış süreçlerinizi geleneksel yöntemlere oranla büyük oranda kısaltabilir, saha satış ekiplerinizi anlık olarak izleyebilir ve verimliliklerinizi arttırabilirsiniz.



TERRARIUM

Terrarium ile satış kanallarınızın prim/komisyon/ödül hesaplamalarını yapabilir; bölgeler, ürünler ve satış kanalları bazında tüm raporları grafikler üzerinden izleyebilirsiniz.

DÜMES

Dümes ile potansiyel müşterilerinize, ürünlerinizi, hangi satış danışmanlarınızla daha yüksek ihtimalle satabileceğinizi görebilir, satış ve kârlılıklarınızı arttırırken zamandan da tasarruf sağlayabilirsiniz.



E-SALES

E-Sales ile herhangi bir aracıya ihtiyaç duymadan websiteniz üzerinden sigortacılık ve finans ürünlerinizin satışını gerçekleştirebilirsiniz.

TechSiN Yazılım Donanım Bilişim Arge Danışmanlık San. ve Tic. Ltd. Şti.

Ali Nihat Tarlan Caddesi, Ertaç Sokak, No: 10 Kat: 4, İçerenköy, Ataşehir - İSTANBUL

T: 02165730184 • F: 02165730187 • www.techsin.com.tr • info@techsin.com.tr

İlk 2 haftada 115 şirket AVIVA SA'yı seçti

BES fon büyüklüğü açısından 2016 yılını lider olarak tamamlayan AvivaSA Emeklilik ve Hayat, otomatik katılımı ilgili gelişmelerin yanı sıra 2016-2017 ile ilgili değerlendirme ve hedeflerini kamuoyuyla paylaştı. Sabancı Holding'in İstanbul'daki merkez binasında düzenlenen toplantıya Sabancı Holding Sigorta Grup Başkanı Haluk Dinçer ve AvivaSA Emeklilik ve Hayat'ın yeni CEO'su Fırat Kuruca katıldı...

Fonlar yılda ortalama yüzde 34 büyüdü

Toplantıda konuşan Haluk Dinçer, BES'in Türkiye'de ciddi bir büyüme ivmesi yakaladığını vurguladı. Son 5 yılda bireysel emeklilik toplam fon büyüklüğünün yıllık ortalama yüzde 34 büyümeyle 2016 sonunda 60.8 milyar TL'ye ulaştığını, katılımcı sayısının da 6.6 milyonu bulduğunu açıklayan Dinçer, sözlerini şöyle sürdürdü: "BES'teki büyüme devam edecek. Ancak Türkiye'de bireysel emeklilik fonlarının penetrasyonu hala OECD ortalamasının oldukça altında. Toplam fon büyüklüğümüz 2015 sonu itibarıyla GSYH'nın (gayri

safi yurtiçi hasıla) yüzde 2.4'ünü oluşturuyor. GSYH'ya oranla fon büyüklüğüne göre Türkiye, OECD ülkeleri içinde 32'nci sırada yer alıyor. Elbette tasarrufların milli gelire oranı kriteri de çok önemli. TÜİK'in son raporunda tasarruf oranımız yüzde 25 seviyesinde açıklandı. Bizim gibi gelişmekte olan ülkelerle kıyaslırsak bu düşük bir oran. Tasarruf oranı Çin'de yüzde 49, Hindistan'da yüzde 32, Güney Kore'de yüzde 36, Endonezya'da yüzde 32 seviyelerinde. Ülke olarak gidecek daha çok yolumuz var. Otomatik katılım

uygulamasının sektöre getireceği büyüme ve yenilikler sayesinde çok daha canlı bir 2017 geçireceğimize inanıyorum."

Aviva'nın İngiltere'deki deneyimi avantaj olacak

Sigorta sektörünün Sabancı Holding'in stratejik büyüme alanlarından biri olduğunu vurgulayan Haluk Dinçer, özellikle global ortakları Aviva'nın yıllardır İngiltere'de edindiği otomatik katılım tecrübesinin kendilerini çok daha güçlü kıldığını belirtti. Dinçer, "AvivaSA olarak emeklilik ve



Fırat Kuruca

Haluk Dinçer

Fon büyüklüğünde 11.8 milyar TL ile sektör lideri olan AvivaSA, otomatik katılımın ilk 16 gününde, aralarında dev holdinglerin de yer aldığı 115 şirket tarafından tercih edildi...

hayat sigortaları sektöründeki 10'uncu yılımızda liderliğimizi sürdürüyoruz. 300 yılı aşkın tecrübesiyle dünyanın en köklü sigorta şirketlerinden Aviva ile başarılı bir ortaklık yürütüyoruz. BES'teki liderliğimizi otomatik katılım da devam ettirme yolunda Aviva'nın, özellikle İngiltere'de bu alanda kazandığı deneyim bize güç katacak" dedi.

AvivaSa'nın müşteri sayısı 2 milyonu aştı

AvivaSA CEO'su Fırat Kuruca ise toplantıda özetle şu değerlendirmeyi yaptı: "Son derece başarılı geçen 2015 yılının ardından sürdürülebilir büyümemizi, kârlılığımızı ve liderliğimizi güçlendirdiğimiz bir 2016'yı geride bıraktık. Emeklilik Gözetim Merkezi'nin verileri, 2015 yılına göre fon büyüklüğünde yüzde 28, katılımcı sayısında ise yüzde 6 büyümeye yakaladığımızı gösteriyor. Devlet katkısı dahil toplam fon büyüklüğünde 11.8 milyar TL'ye, katılımcı sayısında da yaklaşık 900 binlere ulaştık. 18 şirketin faaliyet gösterdiği bireysel emeklilik sektöründe, fon büyüklüğünde yüzde 19.4 pazar payıyla liderliğimizi sürdürüyoruz. Aralık sonu itibarıyla toplam müşteri sayımız 2 milyonu aştı. Piyasa değerimiz ise 2014 yılında gerçekleşen halka arzımızdan bu yana yüzde 38 artarak 2.3 milyar TL seviyesine ulaştı. 2016 yılında hisse senedi fiyat artışı ise yüzde 16 oldu." 2016 yılında emeklilik yatırım fonlarının enflasyonun üzerinde performans sergilediğini belirten Kuruca, 10 yıllık dönemde BES'in katılımcısına enflasyonun



43 puan üzerinde ortalama getiri sağladığını vurguladı. Fırat Kuruca, 2017 yılında da piyasa gelişmelerine bağlı olmak kaydıyla sektörün enflasyonun üzerinde reel getiri sağlayacağını öngörüyor.

Kapsama giren firmaların yüzde 95'ile birebir görüştüler

Yeni yılla birlikte devreye giren otomatik katılımdan sonra da BES'te liderliklerini sürdüreceklerine inanan Kuruca, uygulamanın AvivaSA açısından ilk sonuçlarını da şöyle paylaştı: "Liderlik iddiamızın en önemli kanıtı, ilk 16 gününde otomatik katılım için, aralarında dev holdinglerinin de yer aldığı 115 şirketin bizi tercih etmesi oldu. Otomatik katılıma özel oluşturduğumuz uzman saha ekiplerimiz, mevcut çoklu dağıtım kanallarımız, hızlı ve kolay İK çözümleri sunan online platformumuzla yeni döneme hazırız. 1.000 ve üzeri çalışanı sahip firmaların yüzde 95'ile birebir görüştük. Kademeli geçiş kapsamında tüm potansiyel firmalara ulaşım onları bilgilendirmeye devam ediyoruz." e

'OTOMATİK KATILIM TÜRKİYE İÇİN İKİNCİ REFORM NİTELİĞİNDE'

AvivaSA Emeklilik ve Hayat CEO'su Fırat Kuruca, toplantıda otomatik katılımın Türkiye ekonomisinin neler katacağına ilişkin görüşlerini de şöyle dile getirdi: "Kamu otoritesi, ülke tasarruf oranını artırmak için ciddi çalışmalar yürütüyor. 2013 yılında bireysel emeklilik sistemine yüzde 25 devlet katkısının getirilmesi bu çalışmalarda önemli bir aşama olmuştu. Sonrasında gündeme taşınan otomatik katılım uygulaması ise kamunun ülkemizdeki tasarruf oranını artırmak adına getirdiği önemli bir diğer reform. 2023 yılında bireysel emeklilik pazarının 400 milyar TL'nin üzerinde bir büyüklüğe ulaşacağı öngörülmüyor. Sektörün beklediği birtakım gelişmelerin de gerçekleşmesiyle 2023 hedeflerinde BES'e ayrılan

payın büyük oranda gerçekleşeceğini söyleyebiliriz. Otomatik katılımın hayata geçmesiyle birlikte sisteme kademeli olarak 14 milyon kişinin katılımı bekleniyor. 2017 yılında öncelikli olarak kamu dahil 6.5 milyon kişi sisteme katılmış olacak. Bu düzenlemeyle 10 yıllık dönemde 90 milyar TL'lik tasarruf oluşturulması öngörülmüyor. Yüzde 25 oranındaki devlet katkısı, dünyada örneği olmayan bir uygulama. Bu katkı, sistemi teşvik etmek üzere sistem katılımcılarına bir fırsat olarak veriliyor. Bir defaya mahsus 1.000 TL'lik ek devlet katkısını ve emeklilikte yıllık gelir sigortası alınması halinde birikimin yüzde 5'i kadar ek devlet katkısı ödeneceğini de unutmamak gerekiyor."



Ömer Mert

Otomatik katılımda başarının sırrı...

Fibaemeklilik Genel Müdürü Ömer Mert'e göre otomatik katılımı başarıya ulaştıracak en önemli unsur, iki aylık cayma süresinden sonra katılımcıların sistem içerisinde kalıcı olması...

Ocak 2017 itibarıyla çalışan sayısı 1000'in üzerinde olan firmalardan bireysel emeklilik sistemine 2 milyon civarında yeni müşteri

katıldı. 2019 yılına kadar BES katılımcı sayısının 15 milyona ulaşacağı öngörülüyor. Fibaemeklilik Genel Müdürü Ömer Mert, 13 yılda 6 milyon kişiye ulaşan sektör için bunun çok ciddi bir rakam olduğunu

vurguluyor. Mert, "Bunun kalıcılığı ne kadar iyi sağlanırsa sistem o kadar başarılı olmuş demektir" diyor. Bilindiği gibi BES'te kalıcılığın sağlanması için devletin birtakım ilave teşvikleri var.

Ancak Mert'e göre emeklilik şirketlerinin de konuyu müşterilere doğru anlatabilmesi ve cayma talepleri karşısında ikna edici olması önemli. Teşvik son derece olumlu olabilir ama konu müşteriye doğru anlatılmadığında faydası çok beklenmemeli.



BİREYSEL EMEKLİLİK SİSTEMİ

Teknolojiyi ve online hizmetleri iyi kullanmak gerekiyor

Ömer Mert,

“Yeni uygulamayla birlikte öncelikle emeklilik şirketlerinin teknoloji ve kolay uygulanabilir operasyonel altyapılar konusunda kendilerini geliştirmesi, online uygulamaları çok daha fazla kullanması gerekiyor ki daha iyi hizmet verebilsinler” diyor. Bu konuda geri kalan ya da hazır olmayan şirketlerin müşteri memnuniyeti konusunda ciddi sıkıntı yaşayabileceğine dikkat çeken Mert, sözlerini şöyle sürdürüyor:

“Bu noktada online hizmetlerin ve platformun hem çalışanlara hem de kurumsal firmanın insan kaynakları (İK) departmanlarına sunulması kritik önem taşıyor. Biz Fibaemeklilik olarak her iki tarafa da hitap edecek teknolojik altyapımızı, online uygulamalarımızı ve platformumuzu tamamladık. Buna ilave olarak çok gelişmiş bir CRM (müşteri ilişkileri

yönetimi) uygulamasına geçtik. Diğer taraftan, müşteri memnuniyeti için satış sonrası departmanlara ciddi iş düşüyor. Buradaki ekiplerin de sayı ve bilgi olarak yeterli olmaları çok önemli. Biz çağrı merkezimizdeki ekip sayımızı da artırdık. Bunun yanı sıra artık bireyselden ziyada kurumsal satışlar ön plana çıkıyor. Ki buradaki asıl muhatap bundan sonra bireyler kadar, hatta daha da fazla firmaların İK bölümleri olacak. Bu da emeklilik şirketlerinin satış ekiplerinde bir revizyon yapmalarını gerektirecek.”

“Banka kanalı güçlü olanlar daha da öne çıkacak”

Malum, otomatik katılımı firmalar, daha doğrusu firma yönetimi karar verici konumda. Emeklilik şirketleri eskiden bir kişi için satış yapmaya çalışırken şimdi yüzlerce, bazen de binlerce kişi için el sıkışıyor.

Ömer Mert, bu aşamada da net bir şekilde bankasürans yapan şirketlerin daha etkili olduğuna işaret ediyor:

“Gerçi otomatik katılım öncesinde de dağıtım kanalı olarak bankaları kullanan şirketler daha şanslıydı. Yeni dönemde ise bu fark daha çok açılmış olacak. Çünkü emeklilik şirketleri, firmalarla anlaşmak için çalıştıkları bankalarla her anlamda çok iyi bir işbirliği içinde olmak durumunda. Toplu görüşmeler yapılacağı için, bu diğer taraftan doğrudan satış ekiplerinin etkisinin azalmasına neden oldu ve olacak.” Mert, ek olarak firmalara operasyonel kolaylık sağlamanın, İK departmanlarına minimum iş yükü getirecek olanaklar sunmanın, çok iyi bir satış sonrası ekibe sahip olmanın önemine de vurgu yapıyor.

BES'in 2016 karnesi 1: KATILIMCILAR



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

2016'da BES katılımcı hesap sayılarına göre en çok tercih edilen fon türü esnek fonlar oldu. Katılımcı hesap sayılarının fon kategorilerine göre dağılımı incelendiğinde, 4.3 milyon katılımcı hesabının esnek fonlarda olduğu görülüyor. Esnek fonları yüzde 16 payla kamu borçlanma araçları, yüzde 10'la da standart fonlar takip ediyor...

Bu ayki yazımızı BES'te geçen yılın değerlendirilmesine ayırdık. Bireysel emekliliğe katılımın nasıl bir gelişme gösterdiği ve katılımcıların fon tercihlerinin nasıl olduğu sorularını yanıtlamaya çalıştık. Öncelikle belirtelim ki BES, 2013 yılındaki devlet katkısı uygulamasıyla kazandığı katılımcı sayısındaki artış hızını bu yıl yakalayamadı. 2015'te emeklilik sistemindeki katılımcı sayısı bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 18 artış göstererek 6 milyon olmuştu. Bu yıl ise sadece yüzde 10 artışla 6.6 milyon oldu. Ancak


katılımcıların fon tutarı 2015 yılında yüzde 25 artışla 40 milyar TL'ye ulaşmışken, 2016'da yüzde 34 büyümeyle 53.4 milyar TL'yi buldu. 2016 yılında BES katılımcı hesap sayılarına göre en çok tercih edilen fon türü esnek fonlar oldu. Katılımcı hesap sayılarının fon kategorilerine göre dağılımı incelendiğinde, 4.3 milyon katılımcı hesabının esnek fonlarda olduğu görülüyor. Bu da pay olarak toplam katılımcı hesabının yüzde 19'una karşılık geliyor. Esnek fonları yüzde 16 payla kamu borçlanma araçları, yüzde 10'la da standart fonlar takip ediyor.

Kategori	Katılımcı hesap sayısı (2015)	Katılımcı hesap sayısı (2016)	Pay (2016) (%)	Değişim (%)
Borçlanma araçları	4.321.564	4.692.544	21	9
Diğer borçlanma araçları	166.963	90.611	0	-46
Kamu borçlanma araçları	3.383.023	3.457.325	16	2
Kamu dış borçlanma araçları	762.764	1.006.274	5	32
Özel sektör borçlanma araçları	8.814	138.334	1	1.469
Fon sepeti fonları	2.533	5.251	0	107
Hisse senedi	1.570.579	1.667.572	8	6
Karma & Esnek Fonlar	10.844.694	12.237.781	56	13
Esnek fonlar	3.962.682	4.261.058	19	8
Karma fonlar	49.788	45.751	0	-8
Katkı fonları	5.018.103	5.838.657	27	16
Standart fonlar	1.814.121	2.092.315	10	15
Katılım fonları	624.906	868.504	4	39
Kıymetli madenler	433.657	693.483	3	60
Para piyasası	1.553.002	1.778.310	8	15
Toplam	19.350.935	21.943.445		13

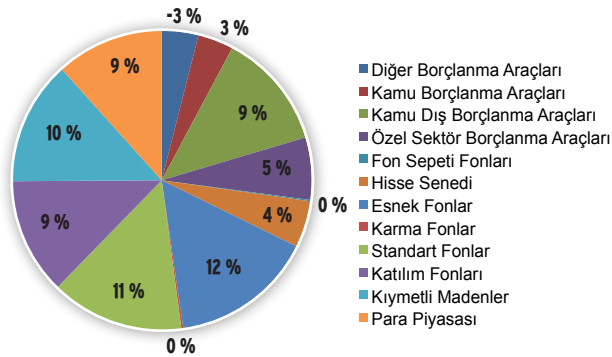
Reyting tablolarında yalnızca 5 yıldızlı istikrarlı fonlar gösterilmiştir. Reytingi yapılan diğer tüm fonların yıldızları için www.ludens.com.tr'yi ziyaret edebilirsiniz. Bir fon eğer beş yıldızlı ise bunun anlamı, içerisinde yer aldığı kategoride en başarılı fonlar arasında olduğudur. Diğer bir deyişle,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

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

Uzun vadeli yatırım ufkuyla hareket edilmesi gereken BES'te hisse emeklilik fonlarının payının yüksek olması beklenir. Ancak, bu yıl da geçen yıllarda olduğu gibi hisse fonlarının payı yüzde 8'i aşamadı. Altın fonları önceki 2 yılda olduğu gibi 2016'da da en az tercih edilen fonlar oldu. Ancak bu yılki katılımcı hesap sayısındaki yıllık artış (yüzde 60) dikkat çekici. Bu hızlı büyümede 2016 yılında altındaki hızlı artışın etkisi olduğu düşünülebilir. Özel sektör borçlanma araçlarına yatırım yapan fonlar, katılımcı hesap sayısı henüz 138 bin civarında olsa da bu yılın en hızlı büyüyen fonlarından oldu.

Katılımcıların tercihlerine yönelik bir diğer yorum da 2016'da sistemde yeni açılan hesapların hangi fonları tercih ettiği üzerinden yapılabilir. Yaklaşık 2.6 milyon yeni hesabın yüzde 12'si esnek fonları tercih etmiş. Onu yüzde 11 ile standart, yüzde 10 ile de altın fonları takip ediyor. Standart fonların zaten sisteme yeni katılan ve risk tercihi konusunda kararsız katılımcılara yönelik fonlar olduğu düşünüldüğünde, yeni katılımcıların buraya yönelişini açıklamak basit. Ancak esas katılımcı akışını çeken esnek fonlar. Bu tablonun ortaya çıkmasında, sisteme yeni katılanlar için emeklilik şirketlerinin sunduğu planlarda çoğunlukla esnek fonların içerilmesinin etkisi olduğu düşünülebilir. Geçen yıl yeni hesapların yüzde 13'ü hisse emeklilik fonlarını tercih ederken, bu yıl oran yüzde 4'e düştü. Bunda da 2016 yılında piyasalardaki volatil yapının katılımcıların temkinli davranmasına neden olması etkili oldu. 

BES'e yeni katılanların fon tercihlerinin dağılımı



LUDENS FON RATING EMEKLİLİK FONLARI REYTING SONUÇLARI (30.12.2016 itibarıyla)

Kamu Borçlanma Araçları Emeklilik Fonları

Fon Kodu	Fon Adı	Yıldızı	Yıllık ortalama getiri (%)	Portföy Büyüklüğü (TL)	Katılımcı Sayısı
AVK	AvivaSA Em. ve Hay. Kamu Borçlanma Araçları EYF	★★★★★	7.8%	275.832.786	21.447
AE2	AvivaSA Em. ve Hay. Glr. Am. Kamu Borçl. Ara. EYF	★★★★★	7.8%	2.907.269.328	849.773
GEK	Garanti Emek Hayat Glr. Am. Kamu Borç. Ar. EYF	★★★★★	7.9%	1.991.063.976	286.702
BEK	Groupama Emeklilik Gelir Am. Kamu Borç. Ar. EYF	★★★★★	7.7%	343.483.041	54.009
EIG	Fiba Emeklilik ve Hayat Gel. Am. İki. Kam. Borç. EYF	★★★★★	8.1%	62.742.455	29.804

Kamu Dış Borçlanma Emeklilik Fonları

Fon Kodu	Fon Adı	Yıldızı	Yıllık ortalama getiri (%)	Portföy Büyüklüğü (TL)	Katılımcı Sayısı
AH3	Anadolu Hayat Em. Glr Am. Bir. Kam. Dış Bor. Ar. EYF	★★★★★	20.3%	577.948.299	154.196
GHG	Garanti Emeklilik Hay. Glr. Am. Kamu Dış Borç. Ar.	★★★★★	20.8%	299.879.155	31.924
AMG	Allianz Yaşam ve Emeklilik Glr. Am. Bir. Kam. Dış. Brç. Ar. EYF	★★★★★	21.8%	881.942.678	94.216
EIK	Fiba Emeklilik ve Hay. Gel. Am. İki. Kam. Dış. Bor. A. EYF	★★★★★	19.8%	10.460.661	14.709

Hisse Senedi Emeklilik Fonları

Fon Kodu	Fon Adı	Yıldızı	Yıllık ortalama getiri (%)	Portföy Büyüklüğü (TL)	Katılımcı Sayısı
GEH	Garanti Emeklilik Hay. Büyüme Am. Hisse Senedi EYF	★★★★★	9.1%	195.312.848	27.783
AZH	Allianz Hayat Emeklilik Büyüme Amaçlı His. Sen. EYF	★★★★★	9.8%	201.783.940	57.418
AHB	Anadolu Hayat Em. Büy. Am. His. Sen. Beyaz EYF	★★★★★	9.7%	76.746.268	16.550
EIH	Fiba Emeklilik ve Hayat Büy. Amaç. His. Sen. EYF	★★★★★	8.3%	20.187.835	20.757
CHH	Cigna Finans Em. ve Hay. Büy. Ama. Hisse Sen. EYF	★★★★★	10.7%	50.067.910	28.180
GHH	Garanti Emeklilik Hayat His. Sen. EYF	★★★★★	9.1%	120.107.019	19.189

Esnek Emeklilik Fonları

Fon Kodu	Fon Adı	Yıldızı	Yıllık ortalama getiri (%)	Portföy Büyüklüğü (TL)	Katılımcı Sayısı
AE3	AvivaSA Emeklilik ve Hayat Büyüme Amaçlı Esnek EYF	★★★★★	8.7%	2.064.650.654	772.240
IEE	NN Hayat Emeklilik Esnek EYF	★★★★★	8.8%	353.695.715	206.006
GHE	Garanti Emeklilik Hayat Esnek EYF	★★★★★	9.5%	650.792.843	107.062
IEK	NN Hayat Emeklilik Büyüme Am. Karma EYF	★★★★★	8.1%	267.692.181	163.006
EIE	Fiba Emeklilik ve Hayat Büyüme Amaçlı İki. Esnek EYF	★★★★★	9.4%	25.387.410	17.794
ANY	Aegon Emeklilik ve Hayat Esnek EYF	★★★★★	8.7%	2.319.927	1.118
ALU	Allianz Yaşam ve Emeklilik Büy. Am. Esnek EYF	★★★★★	8.1%	241.242.982	38.534

Standart Emeklilik Fonları

Fon Kodu	Fon Adı	Yıldızı	Yıllık ortalama getiri (%)	Portföy Büyüklüğü (TL)	Katılımcı Sayısı
GRS	Groupama Emeklilik Standart EYF	★★★★★	8.2%	5.514.620	1.474
AVN	AvivaSA Emeklilik ve Hayat Standart EYF	★★★★★	8.2%	103.522.678	23.735
AMS	Allianz Yaşam ve Emeklilik Standart EYF	★★★★★	8.6%	51.617.020	21.078

Türk Nippon, 2016'da da hedeflerinin üzerinde büyüdü

Türk Nippon Sigorta, 2016'da toplam prim üretimini bir önceki yıla göre yüzde 145 artırdı. Genel Müdür Dr. E. Baturalp Pamukçu, "Hedeflerimizin üstünde büyüdük. Büyüme kârlılığa da olumlu yansıdı" diyor...

Sigorta sektörü 2016 yılında enflasyonun üzerinde, reel büyüme kaydetti. Türk Nippon Sigorta Genel Müdürü Dr. E. Baturalp Pamukçu, prim üretimi bazında sektörün 2016 yılını nominal yüzde 32, reel ise yüzde 23 civarında büyümeyle kapattığını tahmin ediyor. Pamukçu, "Hayat dışı branşlar prim üretimindeki nominal büyümenin yüzde 31, reelde ise yüzde 22'yi bulduğu düşünüyor. 2016 yılında en çok prim üretilen branş kara araçları sorumluluk sigortaları oldu. Onu kasko takip etti" diyor. Pamukçu, hayat dışı branşların toplamında 2015'te teknik zarar yazan sektörün, 2016'yı ise teknik kârla kapattığını belirtiyor ve şöyle ekliyor: "Prim üretiminin yaklaşık yüzde 55'ini oluşturan kasko ve trafikte 2016'da görülen teknik iyileşme konsolide sonuçları da olumlu etkiledi."

"Hedefin üstünde büyüdük"

Pamukçu, Türk Nippon Sigorta açısından ise 2016 yılı sonuçlarını şöyle değerlendiriyor: "2016 yılında toplam prim üretimini 2015'e göre yüzde 145 artırmayı başardık. Geçen yıl hem oto dışı hem de oto branşlarında belirgin bir üretim artış hızı sağladık. Bu sonuçlar, 2014 yılından bu yana uyguladığımız stratejinin



E. Baturalp Pamukçu

başarısını ortaya koyuyor. 2016'da etkin olarak üretim yaptığımız bireysel sigortaların yanı sıra özellikle küçük ve orta boy işletmelerin sigortalarına ağırlık verdik. Büyümeyi kârlılığa da yansıttık ve 2016 başında planladığımız rakamları yakaladık." Pamukçu, 2017 yılı için ürün yapısını yeniden gözden geçirdikleri bireysel sigortaların yanı sıra özellikle küçük ve orta boy işletmelerin yangın, nakliyat,

inşaat sigortalarında hem üretimi hem de kârlılığı artırmayı hedeflediklerini belirtiyor. Pamukçu, "Sağlık ve ferdi kaza tabanlı sigorta ürünlerimizle de piyasada etkin bir oyuncu olmayı hedefliyoruz. Yeni yılda da her alanda piyasanın ihtiyaçlarını yakından takip edip farklı ve yeni ürünleri hızlı bir şekilde oluşturacağız. Bu yeni ürünleri yine cazip satış kampanyalarıyla desteklemeye de devam edeceğiz" diyor.

Pert

artık dert değil!



**2. Şans Kasko ile
artık pert araçlar da sigortalanabiliyor!**

raysigorta.com.tr

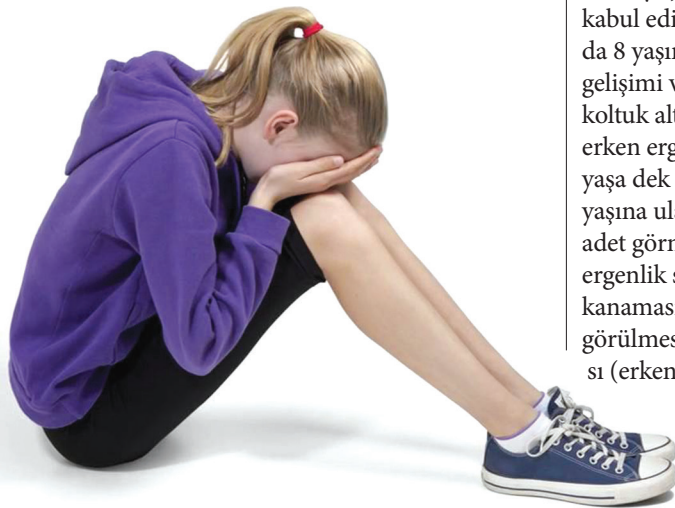
RAY SIGORTA
VIENNA INSURANCE GROUP

444 4 729

Erken ergenliği hafife almayın



Op Dr Selma Nihan Karakaya Çoban
Koşuyolu Sağlık Muayenehaneleri



Ergenlik, ikincil cinsiyet karakterlerinin geliştiği, cinsel olgunlaşma ve üreme yeteneğinin kazanıldığı çocukluktan erişkinliğe geçiş dönemidir. Çocukların en hızlı büyüdüğü dönemlerden biri olan ergenlikte bedende hızlı değişimler meydana gelir. Bu dönemde fizyolojik değişikliklerle birlikte seksüel üreme kapasitesi kazanılır. Ergenlik döneminde görülen fiziksel ve hormonal değişiklikler, bedensel ve duygusal anlamda farklılıklar yaratır ve ortalama 3 yıl sürer.

Ergenlik bulgularının kız çocukta 8, erkek çocukta da 9 yaşından önce ortaya çıkması halinde vakit kaybetmeden bir uzmana başvurmak gerekir. Zamanından önce ergenlik duygusal, sosyal anlamda karışıklığa ve çocuğun sosyal izolasyonuna yol açabilir. Ergenlik kızlarda 10-10.5 yaş civarında, memenin tomurcuklanmasıyla başlar. Yaklaşık 2 yıl sonra ilk adet kanaması görülür. Alt sınır olarak 8, üst sınır olarak da 13 yaş bu bulgular için normal kabul edilir. Eğer bir kız çocuğunda 8 yaşından önce meme gelişimi veya genital bölge ya da koltuk altı tüylenmesi başlamışsa erken ergenlik; bu bulgular 13 yaşa dek gözlenmemişse veya 15 yaşına ulaşmasına karşın halen adet görmemişse gecikmiş ergenlik söz konusu olur. Adet kanamasının 10 yaşından önce görülmesi ise erken adet kanaması (erken menarş) olarak tanımlanır. Erkek çocuklarda ergenliğin ilk bulgusu ortalama 11.5-12 yaş civarında görülen

testis hacminde artıştır. Bunu genital ve koltuk altı kıllanması izler.

Ergenlik döneminde artan cinsiyet hormonlarının etkisiyle büyüme hızlanır. Kızlarda zirve büyüme hızında artış ergenliğin erken evresinde (ortalama 11-12 yaşlarında) ve adet kanamasından 1 yıl öncesinde gözlenir. Bu ortalama 2-3 yıl sürer ki, bu süreçte uzama hızları ortalama 8.25 cm/yıldır. Kız çocuklarında ergenlik döneminde ortalama 27.5 cm boy artışı gözlenir. Adet kanaması sonrası boy uzaması azalır ve ortalama boy kazancı 7 cm olur. Kızlarda kemik yaşı 15 yaşa ulaştığında büyüme yüzde 99 tamamlanmıştır. Ergenlik ne kadar erken başlarsa boy uzaması o kadar erken tamamlanacaktır.

Ergenlik, beyinde bulunan iki merkez ve yumurtalıktan oluşan eksenin aktivasyon kazanmasıyla başlar. Bu eksenin tam olgunlaşmasıyla birlikte hormonlar salgılanmaya başlar.

Son yıllarda ergenliğin daha erken başladığı yönünde çeşitli görüşler var. Erken ergenlik sebebi olarak kızlarda organik beyin patolojileri erkeklere oranla daha az, yüzde 8-10 oranında görülür. Erkeklerde ise bu oran yaklaşık yüzde 40 civarındadır. En sık görülen anormallikler arasında hipotalamus bölgesinin hamartom, gliom gibi iyi huylu tümörleri ile hidrosefali, nörofibromatozis gibi santral sinir sistemi hastalıkları yer alır. Ergenliğin başlama yaşı ne kadar erkense organik patoloji görülme olasılığı da o kadar fazladır. Yalancı erken

ergenlik ise yumurtalık veya böbrek üstü bezi kaynaklı cinsiyet hormonlarının salınımı ya da dışarıdan hormon alımı sonucu ortaya çıkar.

Çevresel ve genetik etkiler

Erken ergenlik yaşayan kız çocuklarının yüzde 90-92'sinde, erkek çocukların da yüzde 60'ında tıbbi bir sebep yoktur. Ergenliğin başlamasındaki bireysel farklılıkların temel kaynağını çevresel ve genetik faktörler oluşturur.

Örneğin, ekvatora yakın çocuklar kuzey kutbuna göre daha erken ergenliğe girer. Alçak yerleşim birimindekiler yüksek yerleşim birimindekilere, kırsal alanlardakiler şehir merkezlerindekiilere, hafif obezler de normal ağırlıktakilere göre daha küçük yaşta ergenlikle tanışır.

Yine güçlük doğum tartışısı olan çocuklar, ikiz eşleri, tüp bebek gibi üremeye yardımcı tedaviler sonucu dünyaya gelen bebekler, prematüre doğan bebekler yaşlıtlarına göre daha erken ergenliğe girer. Bu bebeklerin doğum tartıları düşüktür. Telif edici bir mekanizma olarak açıklanan yaşamlarının ilk 2 yılında hızlı kilo almalarının obezite açısından risk faktörü oluşturduğu düşünülür.

Kızlarda adet kanamasının başlayabilmesi için kritik bir vücut ağırlığına (47.8 kg) ulaşması gerekir. Bu konudaki başka bir bulgu da vücut ağırlığından çok yağ oranının (yüzde 16'dan 23.5'e) artmasıdır. Obezite dışında gıdaların ve diğer çevresel etkenlerin erken ergenliğe etkileri konusunda kesin kanıtlar bulunmamakla birlikte organik ve mevsiminde gıdaların tüketilmesi, çocukların plastik oyuncaklardan uzak tutulması, internet kullanımı ve televizyon programlarının



yaşlarına uygun olup olmadığının denetlenmesi önerilir.

Teşhis ve tedavi yöntemleri

Erken ergenlik bulguları başlayan çocuklarda kemik yaşı, hormon düzeylerinin bazal veya uyarılmış ölçümü hormonal değerlendirmenin temelini oluşturur. Başlangıç kemik yaşının değerlendirilip, kemik yaşındaki hızlı ilerlemenin dikkate alınması gerekir. Rahim ve yumurtalıkların ultrasonografik muayenesi kızlardaki erken ergenlik tanısı için büyük önem taşır. Yumurtalık ve rahim boyutları ile yumurtalıklarda bulunan foliküllü kistlerin değerlendirilmesi gerekir. Şüpheli olgularda ise organik lezyonların belirlenmesi için beyin MR'ı kullanılır.

Erken ergenliğin tedavisi, öncelikle erken ve hızlı kemik olgunlaşması nedeniyle büyüme plaklarının erken kapanmasını, böylece final boyun kısa kalmasını engeller. Çocuğun öngörülen erişkin boyunun hedef boyuna uygun olmasını sağlamak, psikososyal ve davranışsal sorunların önlenmesi için cinsiyetine uygun yaşa kadar ergenlik sürecini ertelemek de bu nedenlerin içinde yer alır. Gerçek erken ergenlik tedavisinde tümör, kist, hidrosefali gibi organik lezyon varlığında bile altta yatan nedenin tedavi edilmesinin yanı

sıra ilaç tedavisi uygulanır.

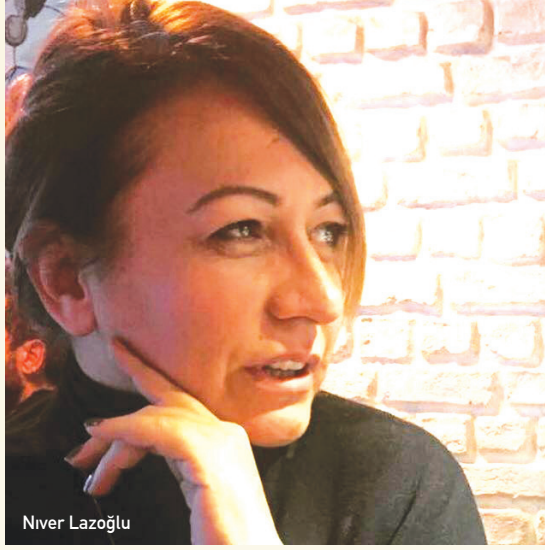
Tedavinin takibinde ergenlik bulgularının durumu ile boy ve ağırlığın üç ayda bir değerlendirilmesi gerekir.

Tedaviyle meme veya testis büyümesinde duraklama ya da gerileme beklenir. Kızlarda takvim yaşı 11-11.5, kemik yaşı 12-12.5; erkeklerde ise w12, kemik yaşı 13-13.5'e ulaşmaya dek tedaviye devam edilebilir.

Yalancı erken ergenlikte ise tedavinin altta yatan patolojinin düzeltilmesine yönelik olması gerekir. Yumurtalık ve böbrek üstü bezi tümörü olan olgularda cerrahi tedavi uygulanır. Kızlarda yalancı ergenlik en sık yumurtalıklardaki büyük, fonksiyonel folliküler kistler nedeniyle ortaya çıkar.

Gelişen kist kendiliğinden gerileyebilir. Bu nedenle cerrahi girişime başvurmadan kistin gerilediğini görmek açısından hastanın takibi gerekir. Dışarıdan alınan cinsiyet hormonları nedeniyle gelişen yalancı erken ergenlikte etken belirlenerek, sorun engellenir.

Erken ergenlik bulguları gösteren çocukların değerlendirilmesinde öykü, fizik muayene, hormonal inceleme ve görüntüleme yöntemleri son derece önemlidir. Pubertenin fizyolojik bir olay olduğu unutulmamalı ve sadece gerekli olgularda tedavi gündeme getirilmelidir.



Niver Lazoğlu

Okuyunca “Hepimiz Peruz’uz, Firuze’yiz” diyeceksiniz

Kadın olarak yaşamak, bir de azınlık olmak. Bütün bunların ötesinde iklimi coğrafyası da çetin şartlar taşıyan doğuda var olmak.

Yaşamın tüm olumsuzluklarına karşı ayakta dimdik duran bir kadının gerçek hayat öyküsü.

Turkuaz yani Firuze yani Peruz’un hüzün kaplı yüreğinin yarına yürüyüşünde 1915’lerin Anadolusundaki renkler coşkun bir dille güne ulaşıyor.

Bu toprakların kadim Ermeni halkına sıcak bir bakışla, gizli kalmış sevdanın gönül telindeki sızısı bir yönetmenin gözünden resmediliyor adeta...

Gazeteci, senaryo yazarı Niver Lazoğlu’nun yeni kitabı Kalbim Turkuaz, Chiviyazıları Yayınevi’nden çıktı. Lazoğlu, karamsarlıkla umudu, hüzünle neşe ve sevinci ustalıklarla harmanladığı kitabında okurlarını, dönemin diliyle, yerel şivesiyle yaşam kültürüyle merak dolu soruların cevaplarını aramak için farklı bir yolcu-

luğa çıkarıyor. Yazarın kendi köklerinden bulup romanlaştırdığı bu hikaye aynı topraklarda yaşayanların kardeşliğini ve iç içe geçmişliğini de ortaya koyuyor...

Akademisyen Emre Gönen, Kalbim Turkuaz ve yazarı Niver Lazoğlu için şu

değerlendirmeyi yapıyor:

“Kimi yerde susar, kimi yerde şiir olur, kimi yerde heyecan haline gelir, sayfaları satırları bir an önce bitirmek isteriz, kimi yerde unutulmuş bir manzara gibi durur, bırakıp gitmek gelmez içimizden. Edebiyat, Anadolu’nun kadim kültürünü, bize en yakın olup da bizlere en uzak düşen insanların medeniyetini, Ermenileri

anlatır, sıklıkla. Anlatacak o kadar çok şey var ki aslında.

William Saroyan’ın ‘Aram Derler Adıma’sından sonra, Niver Lazoğlu da kendi hikayesini yazıvermiş, Saroyan ile aynı tadı vermeyi başararak.

Niver’i okudukça ailedeniz, okudukça yakınlaşıyoruz. Okudukça, yazdıkça daha da yakınlaşacağız.”



ÖZEL HASTANELERDE
FARK ÖDETMİYEN SİGORTA
GÜNEŞİM
TAMAMLAYICI
SAĞLIK SİGORTASI



**Diş
Paketiniz
bizden!**

Güneşim Tamamlayıcı Sağlık Sigortası ile SGK anlaşmalı hastanelerde ihtiyacınız olan sağlık hizmetlerinden gönül rahatlığıyla fark ücreti ödmeden faydalanın.

GÜNEŞ SİGORTA
"Değerlerimizin Sigortası"

0850 222 1957

[f/GunesSigorta](https://www.facebook.com/GunesSigorta)

[@GunesSigorta](https://www.twitter.com/GunesSigorta)

www.guessigorta.com.tr

0850 7 24 0850
www.anadolusigorta.com.tr

**ANADOLU
SİGORTA**
Kaybetmek yok.

Alın terine de mirasa da **kaybetmek yok!**

**Her araca göre
kasko paketleri
Anadolu Sigorta'da.**

Geniş kapsamlı teminatlar içeren kasko ürünleri, tam hasarları ve çalınmayı karşılayan düşük primli **Pert Kasko**, tüm hizmetlerini yetkili servislerden almak isteyenler için **Plaza Kasko** gibi paketlerimizden size uygun olanı seçin, otomobilinizi güvence altına alın.

Detaylı bilgi ve size uygun kaskoyu seçmeniz için en yakın **Anadolu Sigorta** satış noktalarına bekliyoruz.

