

**Sigortayeri Sigorta ve Reasürans
Brokerliği Genel Müdürü Cüneyt
Tanrıverdi**

**“Günümüzde en değerli
unsur zaman ve online
brokerlik sayesinde sigorta
müşterilerimizin değerli
zamanlarını kazandırmayı vaat
ediyoruz”**

Türkiye’de dijital alana yatırım yapan ilk 3 sektörden biri olan sigortacılık sektörü için dijitalleşme süreci gerek satış gerekse pazarlama alanında son yıllarda oldukça hızlı bir şekilde ivme kazandı. 5 yıl öncesine kadar sigortacılık tamamıyla geleneksel kanallardan yapılırken son dönemlerde sigorta müşterilerinin de her alanda olduğu gibi online ve pratik çözümlere ihtiyaç duyduğunu gözlemliyoruz. Günümüzde en değerli unsur zaman ve online brokerlik sayesinde sigorta müşterilerimizin değerli zamanlarını kazandırmayı vaat ediyoruz. Bu kapsamda sektördeki diğer dağıtım kanallarıyla en büyük farkımız müşterilerimize hızlı ve pratik çözümler sunarak sektörün hizmet kalitesinin daha da artmasına katkıda bulunmak.

Sektöre genel olarak baktığımızda ise dağıtım kanalları arasında son dönemde online sigorta broker firmalarının daha da ön plana çıktığını söyleyebiliriz.

Z kuşağının tüketici davranışlarının farklılığına dikkat çekmek gerektiği düşünüyordum. Yeni jenerasyon zamanının yüzde 60’ını internet ve mobil işlemlerle geçiriyor. Bu nedenle Z kuşağının, sigorta ürünü alırken, geleneksel kanallardan ürün alacağını düşünmüyorum. Ağırlıklı olarak dijital kanallardan ürün almayı tercih edecekler. Bu nedenle, sigorta şirketlerinin de bu kanala şimdiden daha fazla yatırım yapmaları gerekecek.

Ayrıca yakın dönemde sigorta tüketmeye başlayacak olan Z kuşağının da diğer bir itici güç



olacağını görüyoruz. Sigortayeri olarak bu vizyon ile tüm dijital işlerimizde iyimserliğimizi ve iştahımızı koruyoruz.

Türkiye’de 5 yıl sonra söz konusu oranın artmasında ‘Z’ kuşağının da katkı yapmaya başlayacağı düşünülmektedir. Bugün yaşları henüz 16-17 olan kesimin 5 yıl sonra yaşlarının 21-22’ye geldiğinde bu kesim, 5 yıl içinde çalışıp, para kazanmaya başlayacak ve elbette ki sigorta ihtiyaçlarını geleneksel kanallar yerine dijital kanallardan karşılayacak.

Özellikle insanların beklentisi işlemlerini tek seferde ve sonuca ulaşarak tamamlamak. Bu sebeple online sigortacılıktaki asıl amaçta bireylere bu hizmeti en kısa zamanda ve en güvenilir yöntem şeklinde sunmaktır. Müşteriler artık tüm sigorta ürün yelpazesine kolaylıkla ulaşıp sigorta şirketlerinin karşılaştırmalı teklifleriyle tercih ettiği ürünü satın alabiliyor. Online sigorta hizmetlerinin altyapısı daha da geliştiğçe ve bilinirlikleri arttıkça gelecek dönemde ivmesinin daha hızlı arttığını göreceğiz.

Önümüzdeki yıllarda ise teknolojik altyapı ve dijitalleşme sürecinin arttığını düşünürsek satış ve pazarlama anlamında sigortacılık sektöründe online satış kanallarına daha çok ağırlık verilebileceğini ve satış stratejilerinin bu doğrultuda belirleneceğini öngörmekteyim.

Müşteriler online sigortacılık kullanarak sadece zamanlarından avantaj elde etmekte kalmıyor. Örneğin Sigortayeri, com müşterilerine; eski/yeni tüm poliçe bilgilerine ulaşabilme, yenileme tarihi geldiğinde müşteriye hatırlatma, tek numara ile hasar takibi ve sürecin yönetimi gibi ekstra kolaylıklar sunuyoruz. Bu doğrultuda müşterilerimize hem hız hem de konfor alanı yaratıyoruz. Tabii ki sigorta şirketleri de buna bağlı olarak operasyonel süreçleri için harcanan zamanı hem de maliyetleri azaltmış oluyorlar. Online sigorta brokerliğinde amaç minimum zamanda maksimum fayda yaratmak.