

Fahri Uğur:
Müşteri odaklı hizmet sağlamak kültürümüzün bir parçası



Türkiye Sigorta'nın peşin fiyatına taksit kampanyası 31 Mart'a kadar devam edecek

Türkiye Sigorta, bireysel sigorta ürünlerine erişilebilirliği artırmak amacıyla sağlık, kasko ve trafik sigortalarında sunduğu peşin fiyatına taksit kampanyasının süresini 31 Mart 2026'ya kadar uzattı.

s05 HABER



Taha Çakmak
Türkiye Sigorta Genel Müdürü

Özel Sağlık Sigortalarında Yeni Dönem Başlıyor!

Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu (SEDDK) liderliğinde, Türkiye Sigorta Birliği (TSB) tarafından düzenlenen "Özel Sağlık Sigortalarında Yeni Dönem Çalıştayı", sektörün tüm paydaşlarının geniş katılımıyla gerçekleştirildi. Çalıştay, özel sağlık si-

gortacılığında sürdürülebilirliği güçlendiren yeni model arayışlarını, maliyet yönetimini, teminat kapsamlarını ve dijital dönüşüm süreçlerini ele aldı.

HABER **s06**



Sami Kaya

Dijital Kanallar,
Dijital Pazarlama ve
Bankasürans Genel
Müdür Yardımcısı

Neova Sigorta'nın "Memnuniyetin Sigortası" Temalı Reklam Filmi Serisi Yayına Girdi

Neova Sigorta, "Memnuniyetin Sigortası" temalı yeni reklam filmi serisiyle sigortayı bir güven duygusuna, memnuniyeti ise bir yaşam deneyimine dönüştürüyor. Konut, işyeri ve kasko sigortalarına odaklanan 3 yeni reklam filmini "Hayatın şaşırtan anlarında Neova Sigorta hep yanında" sloganıyla müşterileri buluşturuyor.

s04 HABER



Davut Menteş
SEDDK Başkanı

2026'ya Umutla: Sigorta Sektöründe Güven, Büyüme ve Yeni Dönüşümler

Değerli okurlarımız ve takipçilerimiz, Geride bıraktığımız 2025 yılı, sadece bir yılın bitişini değil, aynı zamanda sektörümüz için bir dönüşüm noktasını temsil ediyor. Bu sayfalarda bir yılı geride bırakırken, sadece rakamları değil; hep birlikte inşa ettiğimiz güveni, yeniliği özetliyoruz. Sigorta Postası olarak her sene büyüme devam ederken sektörün sesi olarak vizyonumuzu daha da ileri ta-

şıyoruz. Şimdi bu deneyimlerle birlikte umut dolu yeni bir yıla, 2026'ya doğru yelken açma zamanı.

Ailemizin yeni üyesi olan Sigorta Postası gazetemizle 1 yılımızı doldurduk. Dergiciliğin yanı sıra gazeteyle de sektörün masasından eksilmeyen bir yayın organı olma hedefimizle Edirne'den Kars'a tüm gazete satış noktalarında bulunuyoruz.

İsmail Öztürk

Santra Marketing Kurucusu ve Sigorta Postası İmtiyaz Sahibi



KÖŞE YAZISI

s05



Quick Finansall, Elazığ'da Ekonomiye Kalkan Oldu: Finans ve Sigortaya Erişimde Yeni Dönem Başladı

Maier Holding'in sigorta, finans ve varlık şirketleri, 26 Kasım'da Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası evsahipliğinde düzenlenen "Finansal Market Vizyonu ile Sigortadan Fazlası" etkinliğinde bölgedeki iş dünyası ve sigorta acenteleriyle bir araya geldi.

Yoğun katılımıla gerçekleşen toplantıda Maier Holding Sigorta Grubu Başkanı Ahmet Yaşar başta olmak üzere Quick iştiraklerinin yönetici kadrosu, Quick Finansall ekosisteminin işleyişi, sektöre sağladığı yenilikler ve markaların bölgesel faaliyetleri hakkında kapsamlı bilgiler sundu.

HABER **s08**

Sarı kırmızısının en güçlü kareleri bu yıl da Quick Sigorta desteğiyle seçildi

1905 Galatasaraylı Yönetici ve İş İnsanları Derneği (GSYİAD) tarafından bu yıl İsmail Sarıkaya adına düzenlenen Sarı Kırmızı Kareler Fotoğraf Yarışması, Quick Sigorta'nın desteğiyle Ali Sami Yen Spor Kompleksi Rams Park'ta gerçekleştirilen törenle sonuçlandı.

Galatasaray Spor Kulübü Başkanı Dursun Aydın Özbek, yönetim kurulu üyeleri, 1905 GSYİAD Başkanı Murat Sancaktar, Quick Sigorta Genel Müdürü Eyüp Özsoy ve çok sayıda davetlinin katıldığı törende finalistler ve kazananlar açıklandı.

HABER **s05**



Burak Bayhan

Sompö Sigorta Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı

Hedefimiz; Sompö markasını yalnızca bir sigorta şirketi değil, güven duygusunun sembolü haline getirmek

Sompö Sigorta Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Burak Bayhan, Sompö Sigorta'nın yeni nesil ürün acenteliğinden ve acente kanalının sigorta sektöründeki önemini Sigorta Postası okurları için aktardı. Sompö Sigorta'nın uluslararası bir grubun parçası olmasıyla Türkiye pazarına kattığı değeri vurgulayan Bayhan, sigortahlarına geniş bir ürün portföyü sunarken bu büyüklüğü doğru şekilde yönetmenin en önemli noktasının sürece teknolojiyi dahil etmek olduğunu söyledi.

RÖPORTAJ **s04**

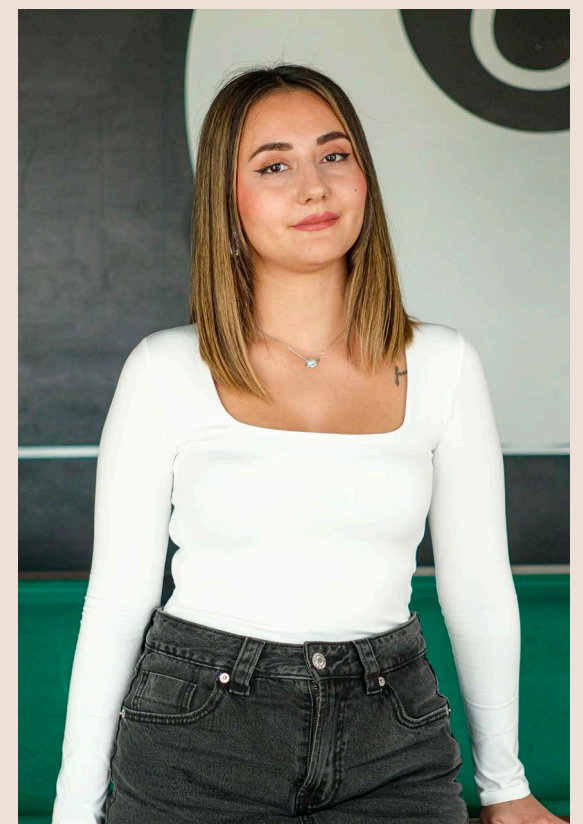
Sigorta ile Patili Dostlarımız Güvende!

Bir kedi sahibi olarak sigorta sektörüne girişimin ardından "evcil hayvan sigortası" olduğunu öğrendiğimde çok şaşırdım ve aynı zamanda sevindim. Hayvanların da birer can olduğu ve en az bizler kadar haklarının olduğu bilincini toplumun her kesimine aşlamak için elimizden geleni yapmamız gerek diye düşünüyorum.

İrem Yıldırım

Sigorta Postası Editörü

ÖZEL HABER **s06**





Fahri Uğur
Somp Sigorta
Genel Müdürü

“Müşteri odaklı hizmet sağlamak kültürümüzün bir parçası”

Somp Sigorta Genel Müdürü Fahri Uğur, Somp Sigorta’nın yıllık hedefleri doğrultusundaki stratejilerini, müşteri memnuniyeti konusundaki hassasiyetlerini ve sektör ile ilgili öngörülerini Sigorta Postası okurları için aktardı. Geçtiğimiz yıl 4.8 olan pazar paylarını bu yıl artırarak devam ettiklerini ve Somp Sigorta olarak stratejilerinin temelinde müşteri memnuniyetinin yattığını ifade eden Uğur, “Müşteri memnuniyeti aslında sürdürülebilir karlılığın temel yakıtıdır. Her stratejinin temelinde müşteri memnuniyetini artırmak var ve bu konu bizim temel amacımız” dedi.

Somp Sigorta’nın geçtiğimiz yıldan şu ana kadar geldiği durumu ve bu yılki hedeflerinize ile ilgili sizlerden bilgi alabilir miyiz?

Sizlerle yaptığımız röportajımızdan sonra geçtiğimiz yılı 1.1 milyar dolarlık prim yönetimiyle sektörün 5’si olarak bitirdik. Müşteri adetleri çok dikkat ettiğimiz konulardan birisi. Bu 9 aylık döneme geldiğimizde; kasko poliçelerini 900 bine, müşteri adetlerimizi 2.9 milyona, ürün üretimimizi ise 36 milyar TL’ye çıkardık. Bu momentum devam ediyor. Pazar payını geçtiğimiz yıl 4.8’le bitirmiştik. Bu yıl ise 5.2 pazar payıyla bitirecek gibi gözüküyoruz. Şimdilik her şey yolunda gidiyor.

Davut Bey’in de geçtiğimiz haftalarda sigorta fuarında sektöre bir çağrısı olmuştu. “Hedef 150 milyar” demişti. Bu noktada o da ciddi emek veriyor. Siz kendisinin çalışmalarını nasıl buluyorsunuz?

1.5 yıldan daha fazla zaman geçmiş gibi. Ben Davut Başkan’ımızı takdirle izliyorum. 1.5 yıldan daha fazla geçmiş gibi olmasının sebebi ise muhtemelen bu kısa süre içerisinde birçok işi başarmış olmasından kaynaklanıyor. Bizler de elimizden geldiği kadarıyla destek vermeye çalışıyoruz. Türk sigorta sektörünün bence büyük bir potansiyeli var ama bu potansiyeli sadece SEDDK ya da devlet tek başına büyütemez. Hep beraber bu konu için çalışmalı, hepimiz elimizi taşın altına koymalıyız. Ben 25 yıldır sektördeyim, ilk 15-20 yıllık dönemde sektörümüz 8-12 milyar dolar arasında bir büyüklüğe sahipti. Son 2-3 yıl içerisinde sektörümüz dolar bazında büyüdü ve geçen seneyi 21 milyar dolarla bitirdi. Bu sene de muhtemelen 25-26 milyar dolara çıkacak. Avrupa’da önemli bir pazara sahip olmaya başladık. Bence daha yüksek bir potansiyelimiz var. Sigorta sektöründeki her profesyonel ve her paydaş bunları bir arada çalışarak yapabiliriz.

Girişte bulunan dijital ekranlarımızda hedefleri gördük ve bunlar yakalanabilir hedefler diye düşünüyoruz. Geçen sene yakalamıştınız ve bu sene de yakalamanız için daha zaman var. Bu kadar büyümenin arkasında temel dinamikler neler?

Yakalanabilir hedefler dediğiniz için öncelikle teşekkür ederim. Çünkü daha 2 yıl önce bizim kasko poliçe adetlerimiz 500 bin civarındaydı. Somp Sigorta olarak 2.5 yıl içerisinde hedefimizi 1 milyona çıkardık. Bu ciddi orandaki artışa “yakalanabilir” dediğinize göre sadece biz değil, aynı zamanda sigorta sektöründeki bütün paydaşlarımız da buna inanıyor gibi gözüküyor. Bu kadar başarılı bir yolculuğun arkasında ne var dersiniz tek bir sihirli değnek var ve başarılı oluyoruz diyemeyiz. Birçok alanda her şeyi doğru yapabilmek var. Ama en temelinde takımışlık, paydaşlık ve yoldaşlık var. Somp Sigorta olarak 1.000 kişiye aşan bir aileyiz.

Bu 1.000 kişi yapmış oldukları işleri kendi işiymiş gibi sorumluluk sahibi olarak ve ciddiyetle çalışarak yapmasından kaynaklanıyor. Birlikte hareket ettiğimiz ve birlikte bir şeye inandığımız için başarılı oluyoruz. Bu yüzden 900 bin kasko poliçesi ile ilgili 1 milyon olacak dediğimizde siz de inanıyorsunuz. Bizdeki 1.000 kişi de her biri tek tek inanıyor diyebilirim.

Sektörde ciddi de bir rekabet var. Rekabet ortamında hem müşteri memnuniyetini sağlamak hem de karlılığı korumaya çalışmak için neler yapıyorsunuz? Buradaki dengeden biraz bahseder misiniz?

Aslında yıllardır hep sorulan soru; “Somp Sigorta her zaman karlıdır ve aynı zamanda büyür. Bu süreçte sürdürülebilir karlılığı nasıl sağlıyorsunuz? Müşteri memnuniyetiyle çalışmıyor mu?”

Aksine bunlar aslında birbirinin yakıtıdır. Karlılık olmadan büyüme olmaz, müşteri memnuniyeti olmadan da karlılık olmaz. 2.9 milyon müşterimiz eğer hizmetlerimizden memnun olmasa bir sonraki senelerde onları kaybedebiliriz. Bu yüzden müşteri memnuniyeti aslında sürdürülebilir karlılığın temel yakıtıdır. Her stratejinin temelinde müşteri memnuniyetini artırmak var ve bu konu bizim temel amacımız.

Siz acentelere çok önem veriyorsunuz hatta Samuraylar Kulübü’nüz var. Bugün itibarıyla 6 bin acenteye ulaştınız, neler söylemek istersiniz?

Sosyolog ya da psikolog değilim. Ama şunu görüyorum; sigorta ürünü genellikle basit bir ürün gibi gözükse de kompleks bir ürün ve sigortalılarımız bu kompleks ürünleri satın alırken gerçekten birisine ihtiyaç duyuyor. Güvenliği, yıllarca bu işi yapan ve tecrübeli birisine ihtiyacı var ve bunu normal olarak görüyorum. Sigorta sektörüne girmeden önce, ben ve ailemden biri mal varlığı sahibi olduğunda sigorta işlerini hep acenteye yapıyordum. Bu yüzden acentelerin sektörümüzde yaratmış oldukları katma değeri en derinden anlayan biriyim. Somp Sigorta’nın Genel Müdürü olarak biz acentelerimize yatırım yapmayı önemseyen bir şirket olduğumuzu söyleyebilirim. Bu bağlamda 3 sene önce 3 bine yakın acentemiz vardı ve bugün itibarıyla 6 bin acenteyi geçtik.

Diğer bir amacımız da bu toplumun bir parçası olarak Türk sigorta sektörünü geliştirmeye olan bir sosyal borcumuz, misyonumuz olduğuna inanıyoruz. Türkiye’de sigortacılığı geliştirebilmek ve doğru sigortacılığı bütün Türkiye’ye ulaştırabilmek bizim temel amaçlarımızdan biri olmuş durumda. Bu bağlamda da Türkiye’de her ilçede ve her noktada sigortalıların tamamına ulaşabilmeliyiz. Doğru hizmeti doğru fiyatlarla ulaştırabilmeliyiz. Üç yıl önce bu amaca önem vererek bu yolculuğa

çıkıktık ve şu anda 81 vilayette acentemiz bulunuyor. Halen aktif olmadığımız 150 ilçemiz var. Ancak Türkiye’nin her yerinde bulunmak, herkese ulaşabilmek için çalışmamız sürüyor. Şuna inanıyoruz; biz iyi hizmeti, doğru sigortacılığı yapıyoruz ve iyi hizmete, doğru sigortacılığa herkesin ulaşabilmesini sağlamalıyız.

Acente seçimleri yaparken nelere dikkat ediyorsunuz?

Acente seçimlerimizde dikkat ettiğimiz iki temel şey var. Birincisi sigortacılığı profesyonelce yapma isteği olması, ikincisi ise Somp Sigorta kültürünü taşıyabilecek, Somp Sigorta amblemini koyduğunda hem bizim hem de kendisinin mutlu olacağına inandığımız kişileri arıyoruz. Bu iki kriter bizim temel kriterimiz. Diğer ticari kriterlerimiz bulunmuyor. Sigortacılığı sevsin, sigortacılığı yaygınlaştırmak istesin ve katma değerli işler yapmak istesin. Bu saydığım kriterler bizim için yeterlidir.

Bizi çok fazla acente takip ediyor, sorularını ve görüşlerini de bizimle paylaşıyorlar. Bu kapsamda sizin hem acenteniz olan hem de acenteniz olmak isteyenlere mesajınız var mı? Ayrıca acentelerin dijitalden poliçe satılmasıyla ilgili endişeleri bulunuyor. Konuyla ilgili neler söylemek istersiniz?

Yaptığımız araştırmaların sonucunda gördüğümüz üzere insanlar temas istiyor. Sigortalılarıyla ilgili bilgi almak ve soru sormak istiyorlar. Sorularına karşılık verebilecek, yıllarını sigortaya adanmış ve sigortacılığı bilen bir kişi ile süreci yönetmek istiyorlar. Dolayısıyla dijitalde poliçe satılması konusundaki endişeleri anlıyorum ama çok fazla endişelenecek konu varmış gibi gelmiyor.

Dünyada örneklerine baktığımızda İngiltere dışında dünyanın hiçbir yerinde dijital karşılaştırmaların başarılı olmadığını gözlemledik. Türkiye için de durum böyle. Bunun temel sebebini Türk kültürünün globale kıyasla daha fazla temas isteyen bir kültür olmasına bağlıyorum. Kısacası, bunun endişelenecek kadar büyük bir konu olduğunu sanmıyorum. Online satışlar, dijital süreçler yeni jenerasyonla birlikte ilerleyecektir ama bence küçük de olsa bir pay kalacaktır.

Somp Sigorta’nın önümüzdeki döneme dair yeni ürünleri ve hizmet planlamaları var mı?

Somp Sigorta olarak genel sigortacılık yapan şirketiz. 6 bin acentemizin raflarına 100’den fazla ürünü koyuyoruz. Lisansımız neredeyse her alanda var, tabii hayat dışı sigorta ürünleri için konuşuyorum. Buraların tamamına yakınında da ürünlerimiz var. Bu yüzden yeni bir ürün olacağını söyleyemem, zaten olmayan bir ürünümüz yok. Önümüzdeki dönemlerde ürünleri geliştireceğimiz yerler var. Oto sigortalarda biz lider şirketlerden bir tanesiyiz. Sigortalıların tevccüh ettiği, iyi hizmet aldığı, adil fiyat aldığı ve rakiplerimizin de takip ettiği bir şirketiz. Buradaki liderliğimizi pekiştirerek daha da artırmayı hedefliyoruz. Diğer taraftansa kurumsal ve sağlık sigortalılarında oto sigortalılarıyla yarışabilecek çalışmalarımızı sürdürüyor ve o alanlarda yatırım yapmak istiyoruz.

Biraz teknik konuları da konuşalım istiyorum. Hasar süreçlerinden, proseslerinize ilgili teknik detaylardan bahseder misiniz?

Rakamlarla konuşacak olursak; 2.9 milyon müşteri, toplam 3.7 milyon poliçeden 900 bin adet kasko poliçesine

ulaşabilmemizin en önemli sebebi sigortalılarımızın bize hasar anında iyi hizmet alabileceklerine dair olan inancıdır. Bu yüzden Somp Sigorta olarak hasar süreçleri yıllardır bizim en önemli süreçlerimizden biri olmuştur. Türkiye’nin en kısa sürede hasarlarını ödeyen, sigortalıların kolay ulaşabildiği ve iyi hizmet alabildiği şirketlerin başında geliyoruz. Eğer zaten bunlar olmasaydı biz buralara ulaşamazdık. Biraz önce bahsettiğim gibi kişiselleştirilmiş hasar süreçleri ile ilgili çalışmalarımız devam ediyor. Örneğin, Hasar Deneyim Uzmanı dediğimiz bir proje başlattık. Şu an için butik bir alan ancak bunu yaygınlaştıracakız. Sigortalımızın bir hasarı olduğunda hasar deneyim uzmanımız sigortalımıza doğrudan ulaşıyor. Sigortalılarımız bizlere call center ya da şikâyet merkezi telefonlarından ulaşmak yerine doğrudan hasar deneyim uzmanı ile görüşebiliyor. Bizim buradaki amacımız sigortalılarımızın olabildiğince pürüzsüz bir hizmet almasını sağlamak. Proaktif bir şekilde sigortalılarımıza ulaşarak hasar durumlarını daha kendilerinin farkında olmadan çözmeye çalışıyoruz. Bu projelerle birlikte hizmet kalitemizi artırmaya çalışıyoruz.

Bir kullanıcı olarak şunu söyleyebilirim: Somp Sigorta’nın rakip şirketlere oranla fiyatlandırması daha yüksek olsa da müşterileriniz sizleri tercih etmeye devam ediyor. Müşterileriniz ile aranızda oluşan bu güven şirketin köklü yapısından ve Somp markasının ülkemizde geldiği konumdan dolayı mı? Siz bu konu hakkında neler söylemek istersiniz?

Aslında bunu tek bir şeye değil birçok şeyi doğru yapmaya bağlıyorum. Sermayedarlarımız 1887 yılında kurulmuş olup 137 yıllık dünyanın en köklü sigorta gruplarından bir tanesi. Biz 28 ülkede faaliyet gösteren, 36 milyar dolarlık bir sigorta grubuyuz. Bunu yanı sıra çalışma kültürümüzde de müşteri odaklılık bulunuyor. Müşteri odaklı hizmet sağlamak Japon kültürünün bir parçasıdır. Sadece Japon kültürü değil Somp Sigorta olarak bizler de iyi hizmet vermek ve doğru sigortacılığı sağlamayı kendimize görev edindik. En baskın sebep ne derseniz; empati kültürümüz. Sigortacılığın sosyal yardım ve empati tarafını çok kullanıyoruz. Bu kültürümüz şirket içerisinde herkes tarafından da kabul edildiği için iyi hizmet veriyoruz. Sigortalılarımız tarafından da tevccüh ediliyor, umuyoruz ki böyle kalmaya da devam ederiz.

Bazı markalarla gerçekleştirdiğiniz iş birlikleri var. Bu entegre çözümlerde sizi yeni ortaklıklara yönlendiren stratejik öncelikler nelerdir?

Türkiye’nin her alanında sigorta çözümü ya da iş birliği yapan şirket olmak istiyoruz. Sadece acente ve broker kanalında değil, bizimle sigorta alanında iş birliği yapmak isteyen firmalar ile de iş ortaklıklarımız bulunuyor. Geçtiğimiz yıl Marka Kasko Sigortası ürünümüz ile BYD, Hyundai ve Nissan’la anlaşmalar yaptık. Birkaç yıl önce yapılan anlaşmayla birlikte, Türk Hava Yolları’ndan uçak bileti alırken seyahat sağlık sigortalarını biz sağlamak-tayız. Bu tarz iş birliklerimiz devam ediyor. Şirket olarak hızlı karar alabilen, teknolojik altyapısı çok güçlü bir şirketiz. Sigorta çözüm ortağı olabilmek konusunda güçlü kaslarımız var. Bu kaslarımızı kullanmak hem bizim işteğimizin hem de birçok paydaşımızın da bizimle iş birliği yapmak istemelerinin sebebi olduğunu görüyoruz.

Araç Alırken Sürprizlere Yer Yok!

Yeni hizmetimiz TRAMER360 ile araç geçmişini tek bir raporda görüntüleyin.

TRAMER360 araç hasar sorgulama raporuna şimdi ulaşın!

Hemen sorgula: [Sigortam360.com](https://sigortam360.com)

Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi



Sigortanın olmazsa olmazı teknoloji. Şimdi ise gündemimizde yapay zekâ var. Bu teknolojik dönüşümle ilgili süreci nasıl yönetiyorsunuz?

Üç yıl önce geleceğin teknolojiye kaydığını, önemli bir kaynak olduğunu tespit ettiğimizde şirketteki IT kaynağını artırmak istedik. Son 2-3 yıl içerisinde 100'e yakın IT personelinin bünyemize kattık. Şu anda toplam 250'ye yakın IT personelimiz bulunuyor. Toplam personelimizin neredeyse %25'inden daha fazla hale gelmiş durumda. Bunun yanı sıra Sompo Teknoloji şirketini kurduk ve daha modern, daha gelişmiş IT çözümlerini Sompo Sigorta'nın dijital süreçlerine entegre etmek için çalışıyoruz. Gelecek, kişiselleştirilmiş ürünlerde ve hizmetlerde. Bunu yapabilmenin yolu da makine öğrenimiyle oluşturulan teknolojik süreçlerin entegre edilmesi. Tüm bu çalışmalarımız sonucunda 2.9 milyon olan müşterilerimizi birkaç yıl içerisinde 4-5 milyona ulaştırmayı planlıyoruz. Dijitalleşmeyle birlikte iyi hizmeti hızlı bir şekilde ve kolayca verebiliriz. Müşterinin ihtiyaçlarını anlayan, müşterinin riskine göre fiyatlandırma yapan ve bir hasar gerçekleştiğinde kişinin o şartlardaki ihtiyaçlarına hızlı cevap vermenin yolu makine öğrenmeleri diye düşünüyorum. Bu kapsamda ciddi yatırımlar yapıyoruz. Bunların da çıktılarını yavaş yavaş alacağımıza inanıyorum.

Şirket kültürünüzde uzun vadeli bakış açısı, acente iş birlikleri ve müşteri memnuniyeti ön planda. Bu kültürlü çalışanlar nezdinde nasıl pekiştiriyorsunuz? İç iletişim, bağlılık projelerinizden örnekler verebilir misiniz?

Mezun olduktan sonra Hazine Müsteşarlığı Sigorta Denetleme Kurulu'na girerek iş hayatıma başlamıştım. Bir teftiş kuruluysun. Teftiş kuruluşlarında tarihsel olarak gelen usta-çıraklık ilişkisi vardır. Usta-çıraklık ilişkisine çok inanır birisiyim. Osmanlı'dan tarihsel olarak gelen bu durum ustanın çırağı sadece teknik olarak değil, her yönüyle geliştirilmesidir. Bizler de yöneticilerimizin usta olarak ekip arkadaşlarımızı sadece teknik anlamda değil diğer yönetsel süreçlerde de geliştirilmesi konusunda destek olması gerektiğine inanıyoruz. Bu sebepten dolayı biz geleceğin liderlerini yetiştirerek onların iyi bir usta olmalarını sağlamaya çalışıyoruz.

İkinci olarak, bunların dışında düzenli olarak mentorluk programları ile birlikte çalışanlarımızı farklı alanlardaki yöneticilerimiz ile bir araya getirerek gelişim süreçlerine destek oluyoruz. Arkadaşlarımızın eğitim süreçlerini de yakından takip ederek onların eğitimlerine büyük destek veriyoruz. Şirket dışarısındaki çalışmalarımızdan da bahsedecek olursam; Samuray Genç Yetenekler Programları gibi programlarla düzenli olarak eğitim ve mentorluklar sağlayarak genç arkadaşlarımızın yetkinliklerini geliştirebilecekleri bir ortam yaratmaya çalışıyoruz.

Önemli konulardan biri de iklim riskleri ve sürdürülebilirlik. Bu konu sigorta dünyasında öncelikli gündem maddesi. Sompo Sigorta'nın bu alanda yürüttüğü, planladığı çalışmalar var mı?

Sompo Sigorta olarak özellikle iklim krizi olmak üzere sürdürülebilirlik konusunda üzerimize düşen görevleri yapmaya çalışıyoruz. Dünyada gerçekten iklim koşullarında önemli değişiklikler yaşanıyor. Dünyanın kayıtlı en yüksek sıcaklığa sahip yılı 2024 yılıydı, ikinci yıl ise 2023'tü. 2023 yılında Antartika'da 1 milyon kilometrekarelik buzulların eridiğine şahit olduk. Bu alan Türkiye'nin yüzölçümünün 1.3 katı. Dünyanın iklim şartlarındaki değişiklikler sonucunda seller, felaketler ve kuraklıklar görüyoruz. Sompo Sigorta olarak biliyoruz ki; bunu bir ülkenin, şirketin ya da bireyin tek başına yapma şansı yok. Dünyadaki tüm bireylerin, ülkelerin ve şirketlerin kolektif olarak çalışması gerekiyor ve biz bu anlamda üzerimize düşen görevleri yapmak için hazırız.

Bir şirketin sürdürülebilirlik konusunda yapabileceği üç şey vardır. Birincisi paydaşlarını ve müşterilerini bilgilendirmek. Biz bu anlamda 2019 yılında "yeryüzüne saygı inisiyatifiyle" birlikte bütün paydaşlarımızı ve müşterimizi bilgilendirmek, farkındalığı artırmak için girişimlerde bulunmştuk ve buna devam ediyoruz. İkinci olan bir şirketin yapabileceği ise kendi operasyonlarda emisyonlarını sıfırlayabilmek. Pandemi öncesi içerisinde bulunduğumuz genel müdürlüğümüzi almıştık ve Sompo Sigorta olarak bütün operasyonlarda emisyonları düşürebilmek ve çevreye en az zararı verebilmek adına çalışmalarımız bulunuyor.

Üçüncü olarak bir şirketin yapabileceği şey ise; bu konu kapsamında ürünleriyle birlikte teşvik sağlamak veya teşviği azaltmaktır. Sompo Sigorta olarak iklim riskleri ve sürdürülebilirlik kapsamında eylemlerimiz bulunuyor. Yenilenebilir enerji santrallerini veya hibrit ürünlerini, elektrikli otomobiller ve şarj istasyonlarının sigortalanması konusunda yeni ürünler çıkardık. Bu ürünleri teşvik olması açısından sigortalılarımıza ekonomik halde sunuyoruz. Nasıl finans sektöründe düşük komisyonlu yatırım imkanları sağlanıyorsa bizler de sigorta firması olarak bu alana yatırım yapanların ihtiyaçlarına yönelik kapsamlı poliçeleri göreceli olarak ekonomik şekilde sağlamaya teşvik ediyoruz.

Geçtiğimiz günlerde gündeme gelen bir konu olarak ülkemizde motor kullanan sayısı çoğalsa da sigorta oranında bir artış yok. Motorların yüzde 80'i hala sigortasız. Bu konuyla ilgili neler söylemek istersiniz? Ayrıca Sompo Sigorta olarak 2026 hedeflerinizi de sizlerden dinlemek isteriz.

Türkiye'de zorunlu sigortanın penetrasyonunu çok konuşuyoruz. Başarı oranımızı belirlerken diğer ülkelerdeki zorunlu sigorta penetrasyonu ile Türkiye'yi karşılaştırmak gerekiyor. Bu durumda Türkiye'nin penetrasyonunun kötü olmadığını görüyoruz. Kötü bir durumda değiliz ancak bu bizi durdurmamalı. Sigortayı yaygınlaştırmalı ve insanların ihtiyaçlarına uygun teminatları her daim almalarını sağlamalıyız. Devletin zorunlu sigortalarda herhangi bir teması olduğunda bunları kontrol etmesi gerekir, bizler de sigorta şirketleri olarak daha ulaşılabilir teminatları sağlamalıyız. Ben sigorta sektörünün penetrasyonunu iyi görüyorum. Çalışmalı mıyız? Evet ama bunu hep beraber yapmalıyız. Tek bir kurumun, tek bir kişinin yapacağı bir çalışma değil. İyi işler yaptığımıza inanıyorum, sektör olarak gelişme alanımız mevcut.

Sompo Sigorta olarak 2026 hedeflerimize bakacak olursak; son 2-3 yıl içerisinde poliçe adetleri, müşteri adetleri ve ciro anlamında iyi bir momentum yakaladık. Müşteri ve çalışan bağlılığından şikâyet oranlarında azalmasına kadar her alanda pozitif bir gelişim gözlemliyoruz. Bütün amacımız bu momentumu devam ettirmek. Aslında 2026 yılı için tek bir stratejimiz bulunmuyor. Türkiye'de doğru sigortacılığı yaygınlaştırmak, bu hizmeti Türkiye'deki bütün sigortalılara sağlayabilmek temel amaçlarımızdan. Bununla birlikte şu anda 2.9 milyon olan sigorta adedimizi yükselttiğe doğal olarak sıralama da gelecek.

Sompo Kahve Sohbetleri serisini bitirmişsiniz. Buradaki geri dönüşler, sahadan gelen verilerle etkileşim nasıl?

Sompo Kahve Sohbetleri bizim sahaya inmemizin sebeplerinden biri. Sompo Sigorta olarak inandığımız şeylerden birisi hangi iş kolunda olursa olsun başarının yolu sahadan geçmektedir. Sahayla iletişim, sigortalıları anlayabilmek ve stratejiyi de buna göre kurgulayabilmek başarının temel anahtarlarından bir tanesidir. Bizler de bu sebeple bu yıl İzmir, Antalya, Ankara, Adana, Trabzon ve en son İstanbul'da 600'ü aşkın acentemizle toplantılar yaparak ve sahayı dinleyerek geri bildirimler aldık. Bu konu bizler için oldukça değerli. Geri bildirimlere göre de kendimizi sürekli revize ediyoruz.

Sompo Kahve Sohbetleri serisini bitirmişsiniz. Buradaki geri dönüşler, sahadan gelen verilerle etkileşim nasıl?

Sompo Kahve Sohbetleri bizim sahaya inmemizin sebeplerinden biri. Sompo Sigorta olarak inandığımız şeylerden birisi hangi iş kolunda olursa olsun başarının yolu sahadan geçmektedir. Sahayla iletişim, sigortalıları anlayabilmek ve stratejiyi de buna göre kurgulayabilmek başarının temel anahtarlarından bir tanesidir. Bizler de bu sebeple bu yıl İzmir, Antalya, Ankara, Adana, Trabzon ve en son İstanbul'da 600'ü aşkın acentemizle toplantılar yaparak ve sahayı dinleyerek geri bildirimler aldık. Bu konu bizler için oldukça değerli. Geri bildirimlere göre de kendimizi sürekli revize ediyoruz.

Sompo Kahve Sohbetleri serisini bitirmişsiniz. Buradaki geri dönüşler, sahadan gelen verilerle etkileşim nasıl?

Sompo Kahve Sohbetleri bizim sahaya inmemizin sebeplerinden biri. Sompo Sigorta olarak inandığımız şeylerden birisi hangi iş kolunda olursa olsun başarının yolu sahadan geçmektedir. Sahayla iletişim, sigortalıları anlayabilmek ve stratejiyi de buna göre kurgulayabilmek başarının temel anahtarlarından bir tanesidir. Bizler de bu sebeple bu yıl İzmir, Antalya, Ankara, Adana, Trabzon ve en son İstanbul'da 600'ü aşkın acentemizle toplantılar yaparak ve sahayı dinleyerek geri bildirimler aldık. Bu konu bizler için oldukça değerli. Geri bildirimlere göre de kendimizi sürekli revize ediyoruz.

Sompo Kahve Sohbetleri serisini bitirmişsiniz. Buradaki geri dönüşler, sahadan gelen verilerle etkileşim nasıl?

Sompo Kahve Sohbetleri bizim sahaya inmemizin sebeplerinden biri. Sompo Sigorta olarak inandığımız şeylerden birisi hangi iş kolunda olursa olsun başarının yolu sahadan geçmektedir. Sahayla iletişim, sigortalıları anlayabilmek ve stratejiyi de buna göre kurgulayabilmek başarının temel anahtarlarından bir tanesidir. Bizler de bu sebeple bu yıl İzmir, Antalya, Ankara, Adana, Trabzon ve en son İstanbul'da 600'ü aşkın acentemizle toplantılar yaparak ve sahayı dinleyerek geri bildirimler aldık. Bu konu bizler için oldukça değerli. Geri bildirimlere göre de kendimizi sürekli revize ediyoruz.

Sompo Kahve Sohbetleri serisini bitirmişsiniz. Buradaki geri dönüşler, sahadan gelen verilerle etkileşim nasıl?

Sompo Kahve Sohbetleri bizim sahaya inmemizin sebeplerinden biri. Sompo Sigorta olarak inandığımız şeylerden birisi hangi iş kolunda olursa olsun başarının yolu sahadan geçmektedir. Sahayla iletişim, sigortalıları anlayabilmek ve stratejiyi de buna göre kurgulayabilmek başarının temel anahtarlarından bir tanesidir. Bizler de bu sebeple bu yıl İzmir, Antalya, Ankara, Adana, Trabzon ve en son İstanbul'da 600'ü aşkın acentemizle toplantılar yaparak ve sahayı dinleyerek geri bildirimler aldık. Bu konu bizler için oldukça değerli. Geri bildirimlere göre de kendimizi sürekli revize ediyoruz.

Sompo Kahve Sohbetleri serisini bitirmişsiniz. Buradaki geri dönüşler, sahadan gelen verilerle etkileşim nasıl?

Sompo Kahve Sohbetleri bizim sahaya inmemizin sebeplerinden biri. Sompo Sigorta olarak inandığımız şeylerden birisi hangi iş kolunda olursa olsun başarının yolu sahadan geçmektedir. Sahayla iletişim, sigortalıları anlayabilmek ve stratejiyi de buna göre kurgulayabilmek başarının temel anahtarlarından bir tanesidir. Bizler de bu sebeple bu yıl İzmir, Antalya, Ankara, Adana, Trabzon ve en son İstanbul'da 600'ü aşkın acentemizle toplantılar yaparak ve sahayı dinleyerek geri bildirimler aldık. Bu konu bizler için oldukça değerli. Geri bildirimlere göre de kendimizi sürekli revize ediyoruz.

Sompo Kahve Sohbetleri serisini bitirmişsiniz. Buradaki geri dönüşler, sahadan gelen verilerle etkileşim nasıl?

Sompo Kahve Sohbetleri bizim sahaya inmemizin sebeplerinden biri. Sompo Sigorta olarak inandığımız şeylerden birisi hangi iş kolunda olursa olsun başarının yolu sahadan geçmektedir. Sahayla iletişim, sigortalıları anlayabilmek ve stratejiyi de buna göre kurgulayabilmek başarının temel anahtarlarından bir tanesidir. Bizler de bu sebeple bu yıl İzmir, Antalya, Ankara, Adana, Trabzon ve en son İstanbul'da 600'ü aşkın acentemizle toplantılar yaparak ve sahayı dinleyerek geri bildirimler aldık. Bu konu bizler için oldukça değerli. Geri bildirimlere göre de kendimizi sürekli revize ediyoruz.

Sompo Kahve Sohbetleri serisini bitirmişsiniz. Buradaki geri dönüşler, sahadan gelen verilerle etkileşim nasıl?

Sompo Kahve Sohbetleri bizim sahaya inmemizin sebeplerinden biri. Sompo Sigorta olarak inandığımız şeylerden birisi hangi iş kolunda olursa olsun başarının yolu sahadan geçmektedir. Sahayla iletişim, sigortalıları anlayabilmek ve stratejiyi de buna göre kurgulayabilmek başarının temel anahtarlarından bir tanesidir. Bizler de bu sebeple bu yıl İzmir, Antalya, Ankara, Adana, Trabzon ve en son İstanbul'da 600'ü aşkın acentemizle toplantılar yaparak ve sahayı dinleyerek geri bildirimler aldık. Bu konu bizler için oldukça değerli. Geri bildirimlere göre de kendimizi sürekli revize ediyoruz.

Sompo Kahve Sohbetleri serisini bitirmişsiniz. Buradaki geri dönüşler, sahadan gelen verilerle etkileşim nasıl?

Sompo Kahve Sohbetleri bizim sahaya inmemizin sebeplerinden biri. Sompo Sigorta olarak inandığımız şeylerden birisi hangi iş kolunda olursa olsun başarının yolu sahadan geçmektedir. Sahayla iletişim, sigortalıları anlayabilmek ve stratejiyi de buna göre kurgulayabilmek başarının temel anahtarlarından bir tanesidir. Bizler de bu sebeple bu yıl İzmir, Antalya, Ankara, Adana, Trabzon ve en son İstanbul'da 600'ü aşkın acentemizle toplantılar yaparak ve sahayı dinleyerek geri bildirimler aldık. Bu konu bizler için oldukça değerli. Geri bildirimlere göre de kendimizi sürekli revize ediyoruz.

Bizi sigortacılık, bankacılık bölümlerinde okuyan üniversite öğrencileri de izliyor. Güzel bir kariyer yolculuğunuz var. Gençlere önerileriniz neler?

Çok çalışmak. Fark yaratan tek şey çalışmak. Bu yüzden gençlerimizin meraklı olmaları, okumaları, araştırmaları, öğrenmeleri ve öğrendiklerini uygulamaları gerekiyor. Başarısız oldukları durumlarda tekrardan ayağa kalkmaları ve devam etmeleri çok önemli. Durmaları lazım.

Okurlarımıza son bir mesajınız var mı?

Sigortasız bir gün bile geçirmeyin.

Kısa Kısa...

Hangi durumda Fahri Bey'in yanına yaklaşmamalıyız?

Aslında yaklaşılabilen bir insan olduğuma inanıyorum.

Size ilham veren bir kişi var mı?

Babam.

Sizi mutlu eden 3 şey?

Öğrenmek, başarılı olmak ve ailem.

Ömür boyu tek yemek hakkınız olsa hangi yemek olurdu?

Kara lahana çorbası.

Erken uyanmak mı, geç kalkmak mı?

Erken uyanmak.

Cumartesi mi, Pazar mı?

İkisi de.

Hırs mı, konfor mu?

Hırs.

Dijital mi, analog mu?

Analog.

Geleceğe mi ısınmak istersiniz, geçmişe mi?

Çok uzun bir geleceğe.



► RÖPORTAJ

Kıbrıs Türk Sigorta Acenteleri Birliği Genel Sekreteri Aydın İnce:

"Acente, sigorta şirketi ve sigortalı arasında güçlü bir etkindir"

21 yaşında sigortacılık sektörüne giren Kıbrıs Türk Sigorta Acenteleri Birliği Genel Sekreteri ve İnce Sigorta Postası'na özel açıklamalarda bulunan İnce, "Sigortacılık mesleğinin hakkettiği değeri görmesine, profesyonel bir meslek olarak sayılması için gecemizi gündüzümüze katarak çalıştık. Şu an acentelerin yasa-yay uygun hizmet verebilmesi için çalışmalar ve bilgilendirme toplantıları yapıyoruz" şeklinde konuştu.

Yıldan beri mevcut olan yasanın revize edilmesinde acentelerin hayatta kalması için çaba sarf ettiklerini ifade eden İnce, "Sigorta'nın sahibi Aydın İnce, Sigorta Postası'na özel açıklamalarda bulunarak, 18 yıldır tek bir sigorta şirketiyle çalışan ve Şeker Sigorta (Kıbrıs) Ltd.'in Gazimağusa Yetkili Acentesi olarak hayat ve sağlık dışı tüm branşları müşterilerine sunan Aydın İnce, acentelerin sigorta şirketleri ve sigortalılar arasında güçlü bir etken olduğunu ve acentenin sigortalıya her zaman fayda sağladığına dikkat çekti.

"2026'dan çok umutluyum"

Kıbrıs'ta sigorta sektörü ve acentenin konumuyla ilgili açıklamalarda bulunan İnce, Kıbrıs için acentelerin sektör açısından önemine dikkat çekti. "Acente, sigorta şirketi ve sigortalı arasında güçlü bir etkindir" diyen İnce sözlerine şöyle devam etti: "Doğru teminat seçiminde, bütçeye uygun en doğru poliçeyi bulmakta, hasar anında birebir takipte ve destekte acente üzerinden poliçe satın almak sigortalıya her zaman fayda sağlar.

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."

"2025 radikal bir yıl oldu"

Yaptığımız iş çok kıymetli, uzmanlık gerektiren ve gelişen bir meslektir. Kuzey Kıbrıs'ta revize edilen yasayla birlikte sigorta sektörünün gelişmesi ve profesyonelleşmesi açısından 2026'dan çok umutluyum. Biz ürün yelpazesi olarak çok dar bir alanda çalışıyoruz. En büyük dileğim şirketlerimizin yeni ürünler geliştirip müşterilere pazarlanmasını sağlanmasıdır. Tüm Türkiye ve Kuzey Kıbrıs sigorta sektörüne 2026'da bol kazanç, az hasar diliyorum."



Burak Bayhan

Sompota Sigorta Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı

Hedefimiz; Sompota markasını yalnızca bir sigorta şirketi değil, güven duygusunun sembolü haline getirmek

► RÖPORTAJ

Sompota Sigorta Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Burak Bayhan, Sompota Sigorta'nın yeni nesil ürün acenteliğinden ve acente kanalının sigorta sektöründeki önemini Sigorta Postası okurları için aktardı. Sompota Sigorta'nın uluslararası bir grubun parçası olmasıyla Türkiye pazarına kattığı değeri vurgulayan Bayhan, sigortalılarına geniş bir ürün portföyü sunarken bu büyüklüğü doğru şekilde yönetmenin en önemli noktasının sürece teknolojiyi dahil etmek olduğunu söyledi.

Sigorta sektöründeki kariyer yolculuğunuzdan ve sizi bugün bulduğunuz noktaya getiren deneyimlerinizden bahsedermisiniz?

Boğaziçi Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nden mezun olduktan sonra, aynı üniversitede Finansal Mühendislik alanında yüksek lisans yaptım ve ardından New York Üniversitesi Stern School of Business'ta MBA programını tamamladım. Profesyonel kariyerime 2004 yılında bankacılık sektöründe başladım. İş Geliştirme, Strateji ve Bireysel Bankacılık departmanlarında çeşitli görevler üstlendim, sonrasında KOBİ Bankacılığı Direktörlüğü pozisyonunda sorumluluk aldım. Ardından sigorta sektörüne geçerek Pazarlama ve Strateji alanında üst düzey yöneticilik yaptım. Bu dönemde büyüme ve dönüşüm projelerine liderlik etme fırsatı buldum. Bugün Sompota Sigorta'da Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak görev yaparken, edindiğim tüm bu deneyimlerin şirketimizin stratejik hedeflerine değer kattığına inanıyorum.

Sompota Sigorta'nın acente yapılanmasında "yeni nesil ürün acenteliği" yaklaşımını sıkça duyuyoruz. Bunu nasıl tanımlarsınız?

Acenteler, bizim sigortacılıktaki en önemli paydaşlarımız. Yıllardır süregelen iş modelinde acenteler yalnızca satış kanalı gibi görülürdü, fakat biz Sompota'da bunun çok ötesinde bir bakış açısı benimsiyoruz. Yeni nesil ürün acenteliği dediğimiz yaklaşım; acentelerimizi dijital çözümlerle güçlendirdiğimiz, ürün çeşitliliğini onların müşterilerine daha rahat sunabilecekləri bir çerçevede yeniden tasarladığımız bir modeldir. Burada önemli olan, acentelerin hem teknolojiyi hem de müşteriye çok iyi tanıyarak, doğru ürünü en hızlı şekilde buluşturabilmeleridir. Acentelerimizin iş yapış biçimlerini kolaylaştıracak adımlar attıkça, onların müşteriyle kurduğu güven bağı da daha güçlü hale geliyor. Bizim için yeni nesil ürün acenteliği, sadece polise üretmek değil; sürdürülebilir bir iş ortaklığı kültürü oluşturmak demektir.

Geçtiğimiz dönemde "Sompota ile Kahve Sohbetleri" adıyla sahada acentelerle buluşmaya başladınız. Bu buluşmaların yansımaları nasıl oldu?

Açık söylemek gerekirse, bu buluşmalar bizim için çok değerli bir deneyim oldu. Çünkü masa başında yapılan analizler veya raporlar bize bir noktaya kadar fikir veriyor, ama sahadaki acentemizin gözünden dinlemek bambaşka bir perspektif

taf kazandırıyor. "Sompota ile Kahve Sohbetleri" ile biz, acentelerimizin bulunduğu yerde, onların gündelik akışına dahil olarak görüşlerini dinleme fırsatı bulduk. Bu sayede hem operasyonel süreçlerde farkında olmadığımız ihtiyaçları gördük hem de yeni ürün geliştirme süreçlerinde onların beklentilerini daha somut şekilde aldık. Geri dönüşlerin oldukça olumlu olduğunu söyleyebilirim. Acenteler, bu samimi iletişimin devam etmesini özellikle istiyor. Biz de bunun sadece bir proje değil, sürekli hale gelecek bir iletişim kanalı olmasını hedefliyoruz.

Sompota Sigorta'nın sektörde öne çıkan güçlü yönlerini nasıl özetlersiniz?

Sigortacılığın temelinde güven ve sürdürülebilirlik vardır. Biz de Sompota Sigorta olarak tam da bu iki değeri işimizin merkezine koyuyoruz. Geniş ürün yelpazemiz sayesinde bireysel müşterilerden büyük işletmelere kadar çok farklı ihtiyaçlara cevap verebiliyoruz. Buradaki gücümüz yalnızca ürün sayımızdan gelmiyor; ürünlerimizin fiyatlandırma yapısı, tarife gücü ve operasyonel esnekliği bizi farklı kıyor. Ayrıca uluslararası bir grubun parçası olmamız, bilgi birikimi ve global deneyimle Türkiye pazarına değer katmamıza imkan veriyor. Bunun yanında müşteri odaklı stratejilerimiz, süreçlerimizi sürekli geliştirmemizi sağlıyor. Bizim için bir poliseyi satmak değil, o polisenin arkasında müşterimize huzur ve güven vermek esas hedef oluyor. İşte bu yaklaşım, Sompota'yı sektörde farklılaştıran en güçlü yönlerimizden biridir.

Trafik sigortalarda hasar maliyet endeksi uygulaması sektörde gündem oldu. Sompota Sigorta olarak bu düzenlemeyi nasıl değerlendiriyorsunuz?

Trafik sigortaları uzun yıllardır sektörün en çok tartışılan konularından biri. Özellikle tavan fiyat uygulaması ile maliyetler arasındaki dengesizlik hem şirketler hem de müşteriler için sorunları yaratıyordu. Bu yılın başında getirilen hasar endeksi sistemiyle birlikte maliyet artışları doğrudan fiyatlara yansıtılabilir hale geldi. Asgari ücret, araç fiyatları ve yedek parça maliyetleri gibi temel parametrelerin dikkate alınması, sistemin daha adil bir zemine oturmasını sağladı. Sompota olarak bu düzenlemeyi sektörün sürdürülebilirliği adına olumlu buluyoruz. Çünkü fiyatlandırma da öngörülebilirlik artıyor ve bu da hem şirketlerin finansal yapısını koruyor hem de müşteriye verilen hizmetin sürdürülebilir olmasını sağlıyor.

Kasko ve trafik sigortalarda Sompota Sigorta'nın pazar payını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu branşlar sigorta sektörünün omurgasını oluşturuyor. Biz de bu alanlarda müşterilerimize hem fiyat hem de hizmet kalitesi anlamında güçlü çözümler sunuyoruz. Kasko tarafında müşteri memnuniyetini artıran, hasar süreçlerini hızlandıran uygulamalarımız öne çıkıyor. Trafik sigortasında ise tarife gücümüzi etkin bir şekilde kullanarak, rekabetçi ama aynı zamanda sürdürülebilir fiyatlamaya yapabiliyoruz. Burada temel amacımız, kısa vadeli

pazar payı artışları değil, uzun vadeli dengeli bir sürdürülebilirlik yakalamak. Bu yaklaşım sayesinde müşterilerimiz bize güven duyuyor, acentelerimiz de sürdürülebilir iş hacmi yaratabiliyor.

Son dönemde sigorta sektöründe teknolojiye dayalı çözümler öne çıkıyor. Sompota bu alanda neler yapıyor?

Teknoloji bizim için yalnızca bir araç değil, iş yapış şeklinizin ayrılmaz bir parçası. Müşteriyle her temas noktasında geri bildirim almayı sağlayan NPS sistemi, teknolojiyi süreçlerimize entegre etmemizin en somut örneklerinden biri. 2.9 milyon müşterimiz ve 2.6 milyon policemizle oldukça geniş bir portföyü yönetiyoruz. Bu büyüklüğü etkin yönetebilmek için süreçleri basitleştiren, müşterinin ihtiyacını hızlı ve doğru şekilde karşılayan dijital çözümler geliştirdik. Ayrıca Japon kültüründe kökleri olan "Kaizen" yaklaşımı bizim teknoloji vizyonumuza da yön veriyor. Her gün bir adım daha ileri gitmek felsefesiyle, dijitalleşme yatırımlarımızı sürekli geliştiriyoruz. Amacımız, sadece bugünün ihtiyaçlarını karşılamak değil; gelecekteki müşteri beklentilerini de öngörerek çözümler üretmek.

Müşteri iletişiminde bugüne kadar izlediğiniz strateji ve bundan sonraki hedefleriniz neler olacak?

Müşteri, bizim için tüm stratejilerin başlangıç noktası. Bugüne kadar yaptığımız her çalışmada müşteriyi dinlemeyi, anlamayı ve onların beklentilerine uygun çözümler geliştirmeyi öncelik haline getirdik. Düzenli olarak yaptığımız analizler, anketler ve her işlem sonrasında uyguladığımız NPS ölçümleriyle müşterimizin memnuniyetini sürekli takip ediyoruz. Bu yaklaşım, bize yalnızca güçlü yönlerimizi değil, geliştirmemiz gereken noktaları da net şekilde gösteriyor. Önümüzdeki dönemde hedefimiz, müşteri deneyimini daha da ileri taşıyarak, Sompota markasını yalnızca bir sigorta şirketi değil, güven duygusunun sembolü haline getirmek. Japon kültüründen aldığımız "Kaizen" felsefesi de bu noktada yol gösterici oluyor; biz her gün biraz daha iyi olmayı, her gün müşterilerimize bir adım daha yakın olmayı hedefliyoruz.

Sigorta sektörüne yönelik vermek istediğiniz bir mesaj var mı?

Sigortacılık, bireylerin ve kurumların geleceğe güvenle bakmasını sağlayan stratejik bir sektördür. Türkiye gibi doğal afet riski yüksek, ekonomik dalgalanmalara açık bir ülkede sigortanın önemi çok daha büyük. Bizim en büyük dileğimiz, sigortanın toplumda daha geniş kesimler tarafından benimsenmesi ve bir lüks değil, temel ihtiyaç olarak görülmesi. Bu dönüşüm, yalnızca sektörün büyümesi için değil, aynı zamanda ülke ekonomisinin istikrarı için de kritik. Sompota Sigorta olarak biz, müşterilerimize en iyi hizmeti sunmaya devam ederken, sektörün gelişimine de katkı sağlayacak her türlü iş birliğine açık olacağız.



Sami Kaya

Dijital Kanallar, Dijital Pazarlama ve Bankasürans Genel Müdür Yardımcısı

Neova Sigorta'nın "Memnuniyetin Sigortası" Temalı Reklam Filmi Serisi Yayına Girdi

Neova Sigorta, "Memnuniyetin Sigortası" temalı yeni reklam filmi serisiyle sigortayı bir güven duygusuna, memnuniyeti ise bir yaşam deneyimine dönüştürüyor. Konut, iş yeri ve kasko sigortalılarına odaklanan 3 yeni reklam filmini "Hayatın şaşırtan anlarında Neova Sigorta hep yanında" sloganıyla müşterileri buluşturuyor.

Sigorta sektöründe en son teknolojileri ve en iyi uygulamaları kullanarak müşterilerine yenilikçi hizmetler sunan Neova Sigorta, "Hayatın şaşırtan anlarında Neova Sigorta hep yanında" mesajını taşıyan yeni reklam filmi serisini yayına aldı. "Memnuniyetin Sigortası" sloganıyla hazırlanan kampanya; kasko, iş yeri ve konut Sigortası olmak üzere üç farklı alanda, izleyiciye hayatın beklenmedik anlarında Neova'nın güvenini hissettiren samimi bir hikâyeye dilyile kurgulandı. H2O United ve KALA iş birliği ile çekilen reklam filmleri, hayatın planlandığı gibi gitmediği anlarda sigortanın sunduğu güven duygusunu merkeze alıyor.

Hayat Şaşırtırsa, Neova Yanında!

Filmler, günlük yaşamın içinden trafikte yaşanan ufak bir kaza, işyerinde ya da evde yaşanan beklenmedik aksilikleri konu alıyor. Reklam filmlerinde Neova Sigorta'nın her durumda güvence ve çözüm sunmaya hazır olduğu mesajı güçlü bir şekilde vurgulanıyor. Neova Sigorta Dijital Kanallar, Dijital Pazarlama ve Bankasürans Genel Müdür Yardımcısı Sami Kaya, kampanyanın çıkış noktasını şu sözlerle anlattı: "Hayatın beklenmedik anlarında müşterilerimizin en çok ihtiyaç duyduğu şey, güvenilir bir yol arkadaşının yanlarında olması. İş süreçlerimizde özen gösterdiğimiz bu güvenilir yol arkadaşlığı önermemizi 'Hayatın şaşırttığı anlarda Neova Sigorta hep yanında' söylemi ile filmimize yerleştirdik. Müşterilerin hayatında etkisi büyük anları gözlemlediğimizde, çoğu memnuniyet deneyiminin tam da bu 'şaşırtıcı' anlarda ortaya çıktığını gördük. Bu yüzden kampanyanın odağında müşteriye yaşattığımız his var. Sigortayı bir policeden öte, güven duygusunu somutlaştıran

bir deneyim olarak görüyoruz. Bu nedenle Neova Sigorta olarak memnuniyeti sigortalıyoruz"

Samimi, Bağ Kuram İletişim Dili

Neova Sigorta, bu kampanyada iletişim dilini genişleterek bilgilendirici yaklaşımını korurken samimiyet ve müşteri memnuniyeti vurgusunu öne çıkarıyor. Bu yaklaşımıyla, özellikle genç kuşaklar ve sigortayla yeni tanışan kullanıcılar arasında farkındalık yaratmayı, sigortayı hayatın doğal bir parçası olarak konumlandırmayı hedefliyor.

Kaskoda

#DoğruRota

Yolda güvenle ilerlemek için...

0850 222 8 434 | hdisigorta.com.tr



İsmail Öztürk

Santra Marketing Kurucusu ve
Sigorta Postası İmtiyaz Sahibi

2026'ya Umutla: Sigorta Sektöründe Güven, Büyüme ve Yeni Dönüşümler

Değerli okurlarımız ve takipçilerimiz, Geride bıraktığımız 2025 yılını, sadece bir yılın bitişi değil, aynı zamanda sektörümüz için bir dönüşüm noktasını temsil ediyor. Bu sayfalarda bir yılı geride bırakırken, sadece rakamları değil; hep birlikte inşa ettiğimiz güveni, yeniliği özetliyoruz. Sigorta Postası olarak her sene büyümeye devam ederken sektörün sesi olarak vizyonumuzu daha da ileri taşıyoruz. Şimdi bu deneyimlerle birlikte umut dolu yeni bir yıla, 2026'ya doğru yelken açma zamanı.

Ailemizin yeni üyesi olan Sigorta Postası gazetemizle 1 yılımızı doldurduk. Dergiciliğin yanı sıra gazeteyle de sektörün masasından eksilmeyen bir yayın organı olma hedefimizle Edirne'den Kars'a tüm gazete satış noktalarında bulunuyoruz.

Sektör basını içinde Sigorta Life dergisi olarak Amazon, Çiçek Sepeti, N11, Trendyol ve Hepsiburada gibi tüm satış kanallarında yer alan tek dergi olmaktan gurur duyuyoruz. Bu yolda hem Sigorta Life dergisi hem Sigorta Postası gazetesiniyle röportajlar, analizler ve gündem haberleriyle sektörün güvenilir sesi olarak okurlarımızdan aldığımız güçle devam ediyoruz.

Sadece kendi yayın organlarımız ile değil, farklı yayın kuruluşları ile yaptığımız önemli iş birliklerimizle beraber sigortanın önemini herkese yaymak için çalışıyoruz. 2025'te Sigorta Life dergimizle 63. sayımıza, Sigorta Postası gazetemizle ise 10. sayımıza ulaştık. Aynı zamanda Temmuz ayında Turkuvaz Medya Grubu'na bağlı InBusiness dergisine Sigorta&BES eki çıkardık. Türkiye'nin en çok okunan ekonomi dergisi olan Capital Dergisi ile her yıl olduğu gibi bu yıl da sigorta sektörüne dolu dolu iki ayı ek hazırladık. Ocak'ta Sigorta&BES, Nisan'da Acente&Broker ekleriyle sektörün sesini duyurmaya devam ettik. Ocak 2026'da da Capital Sigorta&BES ekini sigorta sektörüyle buluşturacağız. Sektörün yoğun ilgisinden dolayı tüm sayfalarımız rezerv edildi. İnanır mısınız bir sayfalık bile yer kalmadı.

Bizlere olan ilginizi istatistiklerimizden de görüyor ve teşekkürü borç biliyorum. Basılı yayının yanı sıra dijital yayıncılıksa sosyal medya ağlarımızda sadece bu yıl 12 milyon izlenme, internet sitelerimizde yıllık 180 bin civarlarında tıklanma sayımız bulunuyor. Bu verilerle daha da heyecanlanarak yeni yayın dönemimize bomba gibi giriş yapıyoruz. Bu dönemde yeni içerikler, Youtube canlı

yayınları ve tartışma programları ile karşınızda olacağız.

4. Sigorta Sektörü İş Birliği Fuarı ve Kongresi!

Sigorta Postası ailesi olarak sigorta sektörünün her alanında varlığımızı sürdürüyoruz. Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu (SEDDK) himayesinde, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin (TOBB) desteğiyle 4. Sigorta Sektörü İş Birliği Fuarı ve Kongresi düzenlendi. Acentelerin ve sigortacılık öğrencilerinin yoğun katılımlarıyla verimli bir fuar süreci gerçekleşti. Her yıl olduğu gibi bu yıl da fuarın basın sponsoru olarak standımızla yer alırken sektörün önde gelen isimleriyle röportajlarımızı, yayınlarımızı gerçekleştirdik. Hem bizim için hem de sektör için verimli bir fuar süreci oldu. Seneye tekrardan buluşmak ve daha iyi işler yapmak dileğiyle.

Sektöre Bakış

Sigorta sektörü her geçen gün büyüme ivmesini yukarıya doğru taşıyor. Bunu biz değil, Türkiye Sigorta Birliği'nin her ay açıkladığı veriler söylüyor. Sigorta sektörü büyüme devam ederken 2024 Ekim ayı verileriyle 2025 Ekim ayı verilerini karşılaştırmak istedim. TSB verilerine göre 2025 yılı Ekim sonu itibarı ile toplam prim üretimi geçen yılın aynı dönemine göre %49,1 oranında artış gösterdiğini görüyoruz.

İki seneyi karşılaştırdığımızda şirketlerin pazar payındaki büyüme artışı şu şekilde:

Sıra	2024 - Ekim
1.	Türkiye Sigorta AŞ
2.	Allianz Sigorta AŞ
3.	Anadolu Sigorta AŞ
4.	Axa Sigorta AŞ
5.	Aksigorta AŞ
6.	HDI Sigorta AŞ
7.	Sompo Sigorta AŞ
8.	Ray Sigorta AŞ
9.	Quick Sigorta AŞ
10.	Bupa Acıbadem Sigorta AŞ

Sıra	2025 - Ekim
1.	Türkiye Sigorta AŞ
2.	Allianz Sigorta AŞ
3.	Anadolu Sigorta AŞ
4.	Axa Sigorta AŞ
5.	Sompo Sigorta AŞ
6.	HDI Sigorta AŞ
7.	Ray Sigorta AŞ
8.	Quick Sigorta AŞ
9.	Aksigorta Sigorta AŞ
10.	Bupa Acıbadem Sigorta AŞ

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere ilk 4 firma sektörde bayrağı elinde tutmaya devam ediyor. Diğer firmalar arasında tatlı rekabet sürerken önümüzdeki yıl neler olacağını hep birlikte göreceğiz.

Türkiye Sigorta Birliği Seçimleri

2025 yılını kendi yayın organlarımız açısından değerlendirdikten sonra bir de sektörün genel durumuna bakmakta fayda olduğunu düşünüyorum. 2026 ile birlikte Türkiye Sigorta Birliği'nde başkanlık seçimleri sigorta sektörünün gündeminde olacak konulardan bir tanesi. TSB Başkanı Uğur Gülen, bu yıl görev süresi dolduğunu ve sektörden emekli olmayı planladığını bizlere aktarmıştı. Durum böyle olunca bu yıl gerçekleşecek olan seçimler de haliyle merak konusu. Bizce en güçlü aday Maher Holding Sigorta Grubu Başkanı ve Türkiye Sigorta Birliği Başkan Yardımcısı Ahmet Yaşar olarak görülmüyor. Ancak seçim dönemi karşınıza farklı sürprizler de çıkabilir. Neden olmasın?

Sigortasız Kalmayın!

Sigorta Postası olarak bir senenin daha sonuna geldik. Geçtiğimiz bu yıl içerisinde iş birliği yaptığımız, yayınlarımızda ve tüm mecralarımızda bizlere destek olan herkese teşekkürlerimi iletmek istiyorum. Değerli okurlarımıza da ufak bir mesaj vermeden yazımı sonlandırmak istemedim. Sağlığınızı, sevdiklerinizi ve önem verdiğiniz her şeyi korumak için sigorta yaptırmayı ihmal etmeyin. Sigorta sizi ve sevdiklerinizi korur!

Tüm sektöre ve okurlarımıza iyi yıllar diliyorum.... Poliçeleriniz eksik olmasın efendim!

Keyifli okumalar dilerim...



Türkiye Sigorta'nın peşin fiyatına taksit kampanyası 31 Mart'a kadar devam edecek

Türkiye Sigorta, bireysel sigorta ürünlerine erişilebilirliği artırmak amacıyla sağlık, kasko ve trafik sigortalarında sunduğu peşin fiyatına taksit kampanyasının süresini 31 Mart 2026'ya kadar uzattı.

Amaç, sigortalılık bilincini toplumun her kesimine yaygınlaştırmak, sigortayı herkes için erişilebilir kılmak ve bu stratejinin sektörün tamamı tarafından benimsenmesini mümkün kılmak... Türkiye Sigorta; sağlık ve kasko sigortalalarında 12 aya, trafik sigortasında ise 10 aya varan taksit imkânını, peşin fiyatına herhangi bir vade farkı olmaksızın sunuyor.

Eylül ayında başlatılan kampanyanın ilk günden itibaren çok büyük ilgi gördüğünü söyleyen Türkiye Sigorta Genel Müdürü Taha Çakmak, şu değerlendirmede bulun-

du: "Türkiye Sigorta olarak 31 Mart 2026'ya uzattığımız bu kampanya ile yalnızca finansal bir kolaylık sağlamıyoruz. Bunu aynı zamanda topluma karşı bir sorumluluk olarak görüyoruz."

Eylül ayında başlatılan kampanyanın ilk günden itibaren çok büyük ilgi gördüğünü söyleyen Türkiye Sigorta Genel Müdürü Taha Çakmak, şu değerlendirmede bulundu:

"Türkiye Sigorta olarak 31 Mart 2026'ya uzattığımız bu kampanya ile yalnızca finansal bir kolaylık sağlamıyoruz. Bunu aynı zamanda topluma karşı bir sorumluluk olarak görüyoruz."

"Ülkemizin dört bir yanında-ki vatandaşlarımızın güvenceye ulaşmasını sağlamak bizim için temel bir görev. Sektörün lideri konumunda olan Türkiye Sigorta,

erişilebilirliği artırmayı ve her bir bireyin ihtiyaç duyduğu teminata kolayca ulaşabilmesini sağlama misyonunu taşıyor. Peşin fiyatına taksit kampanyamızla, ülke ekonomisinin dengelenmesine destek olurken erişilebilirliği artırmakta, vatandaşlarımızın yanında olma-ya ve sigortacılık sektörüne örnek teşkil etmeye devam edeceğiz. Nitekim sektördeki diğer kuruluşlara da ilham verdik. Ardımızdan benzer kampanyalar başladı."

Uygulama ile Türkiye genelindeki geniş dağıtım ağı sayesinde ödeme kolaylıklarının daha fazla kullanıcılara ulaşması da amaçlanıyor. Anlaşılabilir kredi kartlarının geçerli olacağı kampanya ile ilgili ayrıntılı bilgiye, Türkiye Sigorta'nın web sitesi ve mobil uygulamasından ulaşmak mümkün.



Sarı kırmızının en güçlü kareleri bu yıl da Quick Sigorta desteğiyle seçildi

1905 Galatasaraylı Yönetici ve İnsanları Derneği (GSYİAD) tarafından bu yıl İsmail Sarıkaya adına düzenlenen Sarı Kırmızı Kareler Fotoğraf Yarışması, Quick Sigorta'nın desteğiyle Ali Sami Yen Spor Kompleksi Rams Park'ta gerçekleştirilen törenle sonuçlandı.

Galatasaray Spor Kulübü Başkanı Dursun Aydın Özbek, yönetim kurulu üyeleri, 1905 GSYİAD Başkanı Murat Sancaktar, Quick Sigorta Genel Müdürü Eyüp Özsoy ve çok sayıda davetlinin katıldığı törende finalistler ve kazananlar açıklandı. Başkan Özbek ve Başkan Sancaktar törenin açılışında yaptıkları konuşmalarda, Quick Sigorta'nın yıllardır süren kesintisiz desteği için teşekkür ederek bu iş birliğinin Galatasaray camiası için taşıdığı önemi vurguladı.

103 eser arasından 12 finalist seçildi

Seçici kurulun titiz değerlendirmesi sonucunda 103 fotoğraf arasından 12 eser finale kaldı. Finalist kareler arasından dereceye giren isimler belli oldu. Yarışmada birincilik ödülünü, Victor Osimhen'in Konyaspor karşılaşmasındaki anını yakalayan karesiyle Önder Gülen kazandı. Teknik Direktör Okan Buruk'un "25'inci şampiyonluk" anını fotoğraflayan Ali Kemertaş ikincilik ödülünü alırken, üçüncülük ödülü Murat Akbaş'a verildi. Fatma Erdoğan, Adem Kabayel, Ali Kemertaş, Gökhan Büyük, Hakan Akgün, Kadırcan Dilli, Serhat Çağdaş ve Uğur Şenpire ise mansiyon ödülleriyle değer görüldü.

"Bu değerli platforma katkı sunmaktan gurur duyuyoruz"

Törende konuşan Quick Sigorta Genel Müdürü Eyüp Özsoy, markanın spora ve sanata verdiği desteği şu sözlerle vurguladı: "Sarı

Kırmızı Kareler, Galatasaray'ın tarihini, duygusunu ve tutkusunu fotoğrafın gücüyle buluşturan çok değerli bir platform. Quick Sigorta olarak bu yarışmaya sadece sponsor olmakla kalmıyoruz; aynı zamanda camianın kültürünü yansıtan ve geleceğe taşıyan bu ortak yolculuğun bir parçası olmaktan büyük memnuniyet duyuyoruz. Bu yıl yarışmanın İsmail Sarıkaya adına düzenlenmesi ise hepimiz için anlamı daha da derinleştiriyor. Galatasaray gibi güçlü bir marka ile omuz omuza yürümek, Quick Sigorta'nın genç ve dinamik kimliğiyle birebir örtüşüyor." Özsoy, emeği geçen jüri üyelerine, fotoğrafçılara ve GSYİAD yöneticilerine teşekkür ederek Quick Sigorta'nın Türk sporunun yanında olmaya devam edeceğini belirtti.

Dereceye giren fotoğraflar Quick Sigorta sponsorluğunda 2026 yılı için bastırılacak 1905 GSYİAD ve Galatasaray takvimlerinde yer alacak.



Özel Sağlık Sigortalarında Yeni Dönem Başlıyor!

Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu (SEDDK) liderliğinde, Türkiye Sigorta Birliği (TSB) tarafından düzenlenen "Özel Sağlık Sigortalarında Yeni Dönem Çalıştayı", sektörün tüm paydaşlarının geniş katılımıyla gerçekleştirildi. Çalıştay, özel sağlık sigortacılığında sürdürülebilirliği güçlendiren yeni model arayışlarını, maliyet yönetimini, teminat kapsamlarını ve dijital dönüşüm süreçlerini ele aldı.

Çalıştayı açılış konuşmaları SEDDK Başkanı Davut Menteş ve TSB Başkanı Uğur Gülen tarafından yapıldı.

SEDDK Başkanı Davut Menteş sağlık hizmetlerinin, bir ülkenin gelişmişlik düzeyinin en temel göstergelerinden biri olduğuna dikkat çekerek SEDDK Başkanı Davut Menteş, "Bizler kamu otoritesi olarak, sağlık alanındaki düzenlemelerin ihtiyaçları tam anlamıyla karşılıyor olmasını önemsiyoruz. Bu ihtiyaçları dinamik bir bakış açısıyla ele aldığımız-

da; hayatın ve sağlık ekosisteminin sürekli bir değişim içinde olduğunu görüyoruz. Bu vizyonla hazırladığımız ve 20 Ekim 2025 tarihinde yayımlanan 'Özel Sağlık Sigortaları Yönetmeliği' değişikliği, ortak akıl zemininde yürüttüğümüz titiz bir sürecin ürünüdür. Nihayetinde, 1 Ocak 2026 itibarıyla yürürlüğe girmesiyle sektörde uygulama birliğini sağlayacak yeni kuralları belirlemiş bulunuyoruz. Yapılan bu reformun vatandaş odaklı olduğunu, bireylerin güvenini artırırken, sektörün ise uzun vadeli sürdürülebilirliğini göz önünde bulundurduğunun altını çizmek isterim." dedi.

Menteş, söz konusu düzenleme ile birlikte sigorta şirketlerinin öngörülebilir ve adil kurallara çerçevesinde faaliyet yürüttüğü bir ortamda güvence sahibi olacağını ve daha kapsayıcı ve şeffaf bir sistemde haklarını kolaylıkla takip edebileceklerinin de sözlerine ekledi.

TSB Başkanı Uğur Gülen ise özel sağlık sigortacılığının artan sağlık harcamaları karşısında toplum

için güvence sağlayan stratejik bir alan olduğunu vurgulayarak şunları söyledi: "Özel sağlık sigortaları artık sadece bireylerin sağlık giderlerine katkı sağlayan bir ürün değil; bütüncül bir sağlık ekosisteminin vazgeçilmez bir parçası. Sektör olarak hem mali sürdürülebilirliği sağlamak hem de sigortalılarımızın kaliteli sağlık hizmetine erişimini güçlendirmek için veriye dayalı, şeffaf ve sürdürülebilir modeller geliştirmeye odaklanıyoruz."

Sağlık sigortacılığında üç önemli dinamik olduğunun altını çizen Gülen, "İlk sırada maliyet baskıları ve sürdürülebilirlik geliyor. Bu nedenle artan sağlık maliyetleri ve sürdürülebilir finansman modelleri bulma ihtiyacı çok önemli. İkinci sırada tüm dünyada hızla gelişen dijital sağlık ekosistem gelmekte. Burada da giyilebilir teknolojilerden tele tıp uygulamalarına kadar dijitalleşmenin artan rolü çok önemli. Tabii ki üçüncü dinamik ise önleyici ve koruyucu sağlık yönlü değişim. Bu yönde hastalıkları tedavi etmekten çok, önlemeye odaklanan yeni

sigorta modellerinin entegrasyonu da kaçınılmaz. Stratejimizin temelinde köklü bir zihniyet değişimi yatıyor. Bu da hastalık ortaya çıktıktan sonra müdahale eden bir sistemden, bireyleri sağlıklı tutmayı ve hastalıkları önlemeyi hedefleyen proaktif bir yapı." diye konuştu.

Gülen, bu kritik noktada SEDDK tarafından hazırlanan yeni Özel Sağlık Sigortaları Yönetmeliğinin sektörün bir çerçeve oluşturma ihtiyacına doğrudan yanıt verdiğine vurgu yaparak, "Bu düzenleme belirsizlikleri ortadan kaldırarak geleceğe giden yolu aydlatıyor." dedi.

Sektörün tüm bileşenlerinin aktif katılımıyla gerçekleşen çalıştayda, özel sağlık sigortalarının geleceğine yön verecek çözüm önerileri ve politika setleri masaya yatırıldı. Çalıştay çıktılarına ilişkin detaylı raporun ilerleyen dönemde sektörle paylaşılması planlanıyor.



► ÖZEL HABER

Sigorta ile Patili Dostlarımız Güvende!

İrem Yıldırım

Sigorta Postası Editörü



Bir kedi sahibi olarak sigorta sektörüne girişimin ardından "evcil hayvan sigortası" olduğunu öğrendiğimde çok şaşırdım ve aynı zamanda sevindim. Hayvanların da birer can olduğu ve en az bizler kadar haklarının olduğu bilincini toplumun her kesimine aşılacak için elimizden geleni yapmamız gerek diye düşünüyorum.

Hepsi bizim bir parçamız. Peki onların sağlığı konusunda ne kadar bilinçliyiz?

Veteriner masrafları son zamanlarda hepimizin gündeminde. Ufak bir muayene, bir iğne bazen ameliyat gibi durumlarla karşı karşıya kaldığımızda ortaya ciddi masraflar çıkabiliyor. İşte tam bu noktada evcil hayvan sigortası devreye giriyor.

Peki nedir bu evcil hayvan sigortası, nasıl yapılır, ne kadar gerekli ve ne gibi durumlarda kullanılır?

Küçük dostlarımızla hayatı paylaşırken yaramazlıklarıyla birlikte oluşabilecek tehlikeli durumlarla her an karşılaşmayı öğreniyoruz. Bu riskleri kendimizi ve küçük dostlarımızı güvence altına almak için evcil hayvan sigortasını değerlendirebiliriz. Yani patili dostunuz hastalanırsa ya da kazayla bir şey olursa, veteriner masraflarını düşünmek yerine hemen harekete geçebilirsiniz. Genellikle 3-6 aydan büyük ve 10 yaşından küçük olan kedi ve köpekleri, bazı sigorta şirketleri kuş, egzotik evcil hayvanlar için de sınırlı kapsamda veya isteğe göre sigorta hizmeti verebiliyor.

Bu sigorta neleri kapsıyor peki?

Yatarak ve ayakta tedavi, ilaç masrafları, muayene, acil müdahaleler gibi konuları kapsar. Bazı teminatlar acil müdahale dışında da hizmet alabileceğiniz asırlar ve rutin bakımlar gibi konuları da içerisinde barındırmakta. Ancak şu an için teminatlarda ağırlıklı olarak daha genel ve acil müdahale başlıkları var.

İlerleyen zamanlarda daha kapsamlı teminatları görmeyi ümit ediyorum.

Evcil Hayvan Sigortası yapan bazı sigorta şirketleri:

AXA Sigorta, Anadolu Sigorta, Allianz, Zurich Sigorta, Fibasigorta, Magdeburger Sigorta, Türkiye Sigorta, Aksigorta...

Dostumuzun başına gelebilecek ani durumlarda cebimizi düşünmek yerine güvenle veterinerin yolunu tutabileceğimiz bu hizmetten yararlanmak tüm hayvan sahiplerinin içini rahatlatacak bir çözüm süreci.

Evcil hayvan sigortasıyla patili dostlarımız güvende, biz huzurlu...

Tüyleri kadar ömürleri olsun!

Hayat Şaşırtırsa
memnuniyetin
SİGORTASI
NEOVA





Sompo Sigorta Samuraylar Kulübü, Lizbon'un tarihini ve Meksika'nın renklerini keşfetti

Sompo Sigorta, Samuraylar Kulübü üyeleriyle Avrupa ve Latin Amerika'da gerçekleştirdiği özel seyahatlerde bir araya geldi. Lizbon'un tarih, sanat ve gastronomiyle iç içe atmosferinden Meksika'nın renkli kültürüne uzanan seyahat rotası, acentelere hem yeni ufuklar keşfetme hem de Sompo ruhunu paylaşma fırsatı sundu.

Sigortacılık sektörünün öncü markası Sompo Sigorta, acenteleriyle kurduğu güçlü bağları her yıl düzenlediği özel etkinlik ve seyahatlerle pekiştirmeye devam ediyor. 2019 yılından bu yana acentelerini benzersiz seyahat deneyimleri ve farklı ayrıcalıklarla buluşturan 'Samuraylar Kulübü', 2025 yılında iki farklı kıtada bir araya geldi.

Eylül ayında Portekiz'in başkenti Lizbon'da, Kasım ayında ise Meksika'da düzenlenen seyahatlerde yüksek performans gösteren acentelerden oluşan Samuraylar Kulübü

üyelerine Sompo Sigorta, kültür, tarih ve eğlence dolu unutulmaz bir deneyim yaşattı. Seyahatlere Sompo Sigorta Genel Müdürü Fahri Uğur'un yanı sıra, Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Burak Bayhan, Bireysel Sigortalar Genel Müdür Yardımcısı Şirzat Çetinkaya ve Kurumsal Sigortalar Genel Müdür Yardımcısı Uğur Özer katıldı. Lizbon'un tarih ve sanatta iç içe dokusu ile Meksika'nın renkli kültürü, Samuraylar Kulübü üyelerine hem yeni bir coğrafyayı tanıma hem de iletişimi güçlendirme fırsatı sundu.

Portekiz'in büyüleyici başkentinde tarihi bir yolculuk

5-8 Eylül tarihleri arasında Lizbon'da gerçekleşen seyahatte Samuraylar Kulübü üyeleri, Sinta'dan Cascais'e uzanan rotada Portekiz'in tarihi ve sanatsal dokusunu keşfetti. Belem Kulesi ve Jeronimos Manastırı gibi simgesel yapılar, şehrin geçmişine yolculuk

fırsatı sundu. Banksy Müzesi'nde ki özel kokteyl ve nostaljik tramvay turu da seyahatin unutulmaz anları arasında yer aldı.

Meksika'da kültür ve eğlence dolu bir deneyim

24-29 Kasım tarihleri arasında düzenlenen Meksika programı kapsamında üyeler, Mexico City'nin köklü tarihini ve Cancun'un turkuaaz sahillerinin eşsiz güzelliğini bir arada deneyimledi. Teotihuacan Piramitleri, Xochimilco Bahçeleri ile kültürel miras ve doğal dokular zengin bir programda buluştu. Samuray Kulübü üyeleri ve Sompo ailesi, Latin Amerika'nın büyüleyici atmosferi eşliğinde unutulmaz anlar paylaştı.



Sigortam.net'e Felis'ten 11 Ödül!

Sigortam.net, Tribal Worldwide İstanbul'de imzaladığı "Arabama Yapar mı?" projesiyle Felis Ödülleri'nde 10 kategoride ödül alırken, Data & AI Felis Büyük Ödülü'nün de sahibi oldu.

Sigortam.net, Felis 2025'te Tribal Worldwide İstanbul ile hayata geçirdiği "Arabama Yapar mı?" projesiyle 10 kategoride Felis kazandı. Finans (Dijital&Mobil), Verinin İlgörüye Dönüştürülmesi, Veri Toplamada Yaratıcılık, Gerçek Zamanlı Veri Kullanımı, Gerçek Zamanlı Yapay Zekâ Kullanımı, Finans (Entegre), Veriden Doğan Yaratıcılık, Mizah Kullanımı, 360° Entegre Marka Deneyimi Kampanyası ve Teknoloji Odaklı Marka Deneyimi alanlarında ödül alırken Data & AI Felis Büyük Ödülü'nün de sahibi oldu.

Kentleşmenin hızlanmasıyla kuşlar ve araç sahipleri şehir yaşamında her zamankinden daha fazla karşı karşıya geliyor. Bu karşılaşmalar ise kimi zaman aracın boyasına zarar verebilen ve değer kaybına yol açabilen kuş pisliği sorununu gündeme getiriyor. Araç sahiplerinin sıkça dile getirdiği "Arabama yapar mı?" sorusu tam da bu noktada dikkat çekici bir içgörüyü dönüştürüyor.

Bu içgörüden yola çıkılarak, İstanbul'daki kuş popülasyonlarını, hava koşulları, iklim verilerini ve göç hareketlerini bir araya getiren yapay zekâ destekli bir algoritma geliştirildi. Arabamayaparmi.net üzerinden erişilebilen bu sistem, sürücülere bulundukları bölgelerdeki kuş pisliği riskini bildiriyor.

Farklı kuş türlerine göre tasarlanan renkli pinlerle oluşturulan risk haritası, kullanıcıların veriye dayalı, kolay okunabilir ve hızlı bir değerlendirme yapmasını sağlıyor.

Tribal Worldwide İstanbul ile hayata geçirilen projenin iletişim ayağı, yapay zekâ ile üretilen filmler, Trafik Radyo'da hava durumu bültenlerini andıran "kuş yoğunluğu" anonsları ve hedeflemeli reklamlarla tamamlanıyor. Böylece araç sahiplerine hem doğru bilgi hem de yaratıcı bir deneyim eş zamanlı sunuluyor.



Anadolu Sigorta'ya Felis ve Sardis'ten 6 Ödül Birden

Anadolu Sigorta, iletişim dünyasının en itibarlı platformları arasında yer alan Felis ve Sardis Awards 2025'te toplam 6 ödül kazandı. Kurumsal sosyal sorumluluk, etkinlik yönetimi ve sürdürülebilirlik alanlarında öne çıkan çalışmalar, şirketin sürdürülebilirlik ve toplumsal fayda odaklı yaklaşımının sektörde güçlü bir karşılık bulduğunu gösterdi.

Anadolu Sigorta, Felis ve Sardis Awards'tan toplam 6 ödül kazandı. Şirket: "Ormanın Gözleri", "100 Yıllık İmza - Anadolu Sigorta 100. Yıl Gala Gecesi" projeleri ve "Var Mı Bi' Şey" reklam filmi ile farklı kategorilerde önemli başarıları imza attı. Bu yıl 20'ncisi gerçekleştirilen, reklam ve pazarlama endüstrisinde yaratıcı dünyaya katkı sağlayan tüm ekiplerin başarılarını ödüllendirmek amacıyla düzenlenen Felis Ödülleri'nde bu yıl dört farklı kategoride ödül kazanan Anadolu Sigorta, "Ormanın Gözleri" projesiyle "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" ve "Amaçlar için Ortaklıklar" kategorilerinde iki Felis ödülü aldı. Şirketin 100. yılına özel hayata geçirdiği "100 Yıllık İmza - Anadolu Sigorta 100. Yıl Gala Gecesi" ise "Yıldönümü

İletişim Projeleri" ve "Bir PR Platformu Olarak Etkinlik Tasarımı ve Yönetimi" kategorilerinde Felis'e layık görüldü. Anadolu Sigorta, bu yıl 7'ncisi gerçekleştirilen, finans ekosisteminde hayata geçirilen inovasyon ve pazarlama başarılarını kutlamak ve finans dünyasının paydaşlarına ilham vermek için düzenlenen Sardis Awards'ta da iki kategoride başarı elde etti. "100 Yıllık İmza - Anadolu Sigorta 100. Yıl Gala Gecesi" projesi "En İyi Etkinlik Yönetimi" kategorisinde ödül alırken şirketin "Var Mı Bi' Şey?" isimli kasko sigortası reklam kampanyası ise "En İyi Kampanya Film" kategorisinde ödüle layık görüldü. Ödüller sahnede, Anadolu Sigorta adına törene katılan; Kurumsal İletişim ve Sürdürülebilirlik Müdürü İlker Köklük, Kurumsal İletişim Yöneticisi Ayça Albayrak Sezgin ve Sürdürülebilirlik Yöneticisi Burak Deligöz'e takdim edildi. Anadolu Sigorta Kurumsal İletişim ve Sürdürülebilirlik Koordinatörü Berna Semiz Ergünten: "Felis ve Sardis'te ödül alan çalışmalarımız, sürdürülebilirlik ve iletişim alanlarında yarattığımız etkinin güçlü bir göstergesi"

Anadolu Sigorta Kurumsal İletişim

ve Sürdürülebilirlik Koordinatörü Berna Semiz Ergünten, "Anadolu Sigorta olarak 100. yılımızda sadece sigortacılığın değil, sürdürülebilirlik, toplumsal fayda ve kurumsal iletişimin geleceğini şekillendiren projelere imza atıyoruz. Felis ve Sardis'te ödüllere layık görülen çalışmalarımız, yarattığımız etkinin güçlü bir göstergesi. İkinci yüzyılımıza giren iletişim stratejilerimizi sosyal sorumluluk ve yenilikçilik ekseninde büyütme devam edeceğiz" dedi. Anadolu Sigorta'nın ödüllü projeleri, şirketin toplum yararını önceleyen iletişim yaklaşımını destekliyor. "Ormanın Gözleri" projesiyle Türkiye'nin orman varlıklarını koruyan teknoloji altyapısının yaygınlaşması sağlanırken, "100 Yıllık İmza" projesi şirketin bir asırlık mirasını geleceğe taşıyan kurumsal bir kilometre taşına ortaya koyuyor. "Var Mı Bi' Şey" filmi ise mizahın gücünü kullanarak kasko sigortalarının önemini anlatıyor. 100. yılını "Geleceğin Şirketi" vizyonuyla kutlayan Anadolu Sigorta, kurumsal iletişim projeleri, dijital dönüşüm yatırımları ve toplumsal sorumluluk yaklaşımıyla sektörde fark yaratmaya ve topluma değer katmaya devam ediyor.



Gelecek Neden Bir Risk Olsun ki?



AXA Gelecek Riskleri Raporu 2025 yayınlandı!

AXA Grubu'nun 12'ncisini yayınladığı rapor, dünyanın dört bir yanından 3.500'ü aşkın uzman ve 23.000 katılımcının görüşleriyle, dünyayı şekillendiren riskleri ortaya koyuyor.

İklim değişikliği, jeopolitik istikrarsızlık, siber güvenlik riskleri, yapay zeka... Artan belirsizliklere rağmen, geleceği şekillendiren en güçlü değer dayanıklılık.

Güvenin geleceğini birlikte inşa ediyoruz.



axasigorta.com.tr

Geleceğin risklerini keşfetmek için raporu inceleyin.





Quick Finansall, Elazığ'da Ekonomiye Kalkan Oldu: Finans ve Sigortaya Erişimde Yeni Dönem Başladı

Maher Holding'in sigorta, finans ve varlık şirketleri, 26 Kasım'da Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası ev sahipliğinde düzenlenen "Finansal Market Vizyonu ile Sigortadan Fazlası" etkinliğinde bölgedeki iş dünyası ve sigorta acenteleriyle bir araya geldi.

Yoğun katılımı gerçekleşen toplantıda Maher Holding Sigorta Grubu Başkanı Ahmet Yaşar başta olmak üzere Quick iştiraklerinin yönetici kadrosu, Quick Finansall ekosisteminin işleyişi, sektöre sağladığı yenilikler ve markaların bölgesel faaliyetleri hakkında kapsamlı bilgiler sundu.

Maher Holding Sigorta Grubu yöneticilerinin toplantı öncesi makamında ziyaret ettiği Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı İdris Alan yaptığı açılış konuşmasında, Quick Finansall ekosisteminin bölge için önemine dikkat çekerek şunları ifade etti:

"Bugün Elazığ iş dünyası olarak yalnızca bir sigortacılık modelini değil, şehrimizin ekonomik vizyonunu besleyecek yeni bir yaklaşımı konuşuyoruz. Quick Finansall'ın sunduğu bu bütünlük yapı; işlet-

melerimize finansmana erişim kolaylığı sağlarken, acentelerimize de yeni bir iş hacmi yaratıyor. Bu güçlü ekosistemin Elazığ'da tanıtılıyor olmasının son derece değerli buluyor. Maher Holding'e şehrimize verdiği önem için teşekkür ediyorum."

"Quick Finansall ekosistemi ekonomiyi güçlendiren bir vizyon"

Maher Holding Sigorta Grubu Başkanı Ahmet Yaşar, konuşmasında finansal ekosistemin önemine dikkat çekerek şunları söyledi:

"Bizim oluşturduğumuz finansal ekosistem Quick Finansall, yalnızca bir ürün grubu değil; iş insanlarımız, sigorta aracılarımız ve bölge ekonomisi için yeni bir değer üretme modeli. Bugün burada hep birlikte şunu konuşuyoruz: Bu ekosistem sayesinde hem işletmelerimizin hem acentelerimizin gelirlerini nasıl artırabiliriz, hem de Türkiye'nin gayri safi milli hasılasına nasıl daha güçlü katkı sağlayabiliriz. Son açıklanan verilere göre Türkiye, dünyanın 16'ncı büyük ekonomisi konumunda. Ancak sigorta penetrasyonunda 33'üncü sıradayız. Bu tabloyu değiştirmek zorundayız. Bunun için de öncelikle koruma açığımızı kapatmamız, si-

gortayı toplumun geniş kesimlerine yaymamız gerekiyor. Quick Finansall vizyonu da tam olarak bu hedef doğrultusunda şekilleniyor."

Toplantıda konuşan Elazığ Sigorta Acenteleri Derneği Başkanı M. Harun Barut ise acentelerin dönüşümdeki rolünü vurgulayarak şöyle konuştu:

"Sigorta acenteleri, hem sahadaki ihtiyaçları bilen hem de müşteriye en yakın duran taraf olarak bu dönüşümün merkezinde yer alıyor. Quick Finansall ekosistemi, acentelerin iş hacmini büyüten, müşterilere daha kapsamlı çözümler sunmamızı sağlayan yenilikçi bir model. Maher Holding'in Elazığ'da acentelerle buluşması, bizlere verilen değer için açık göstergesidir. Bölgedeki tüm acenteler adına teşekkürlerimi sunuyorum."

Toplantı, Hürriyet Gazetesi Yazarı ve NTV Program Yapımcısı Noyan Doğan'ın moderatörlüğünde interaktif bir formatta gerçekleştirildi. Katılımcılar, sigorta ürünlerinden finansman modellerine, QCAR Mobilite hizmetlerinden yeni nesil dijital çözümlere kadar merak ettikleri tüm konuları yöneticilere birebir sorarak yanıtlarını aldı.



HDI Sigorta, Talanx'ın küresel etkinliğine ev sahipliği yaptı

HDI Sigorta, Talanx Grubu'nun veri analitiği, yapay zekâ ve ürün yönetimi gibi alanlarda bilgi paylaşımında bulunmak üzere her yıl farklı bir ülkede düzenlediği Power Pricing Lab etkinliğine ev sahipliği yaptı. Power Pricing Lab bu yıl Almanya, Polonya, Brezilya, İtalya ve Türkiye'den uzmanların katılımıyla İstanbul'da gerçekleştirildi. Üç gün süren organizasyonda sektördeki en güncel gelişmeler değerlendirildi.

HDI Sigorta, Talanx Grubu'nun, veri analitiği, yapay zekâ ve ürün yönetimi alanlarında bilgi paylaşımının ve stratejik gelişimi hedefleyen uluslararası organizasyonu Power Pricing Lab 2025'e ev sahipliği yaptı. Her yıl farklı bir ülkede organize edilen etkinlik, Kasım ayında İstanbul'da gerçekleştirildi. Almanya,

Polonya, Brezilya, İtalya ve Türkiye'den yaklaşık 55 uzmanın katıldığı ve üç gün süren program boyunca katılımcılar, teknik sunumlar, vaka analizleri, uygulamalı atölye çalışmaları ve deneyim paylaşımları ile sektördeki en güncel gelişmeleri değerlendirdi.

Firuzan Işcan: Grubumuzun uluslararası birikimini ülkemize taşıyoruz

Etkinliğin açılışını yapan HDI Sigorta Genel Müdürü Firuzan Işcan konuşmasında; "Power Pricing Lab, Talanx Grubu'nun küresel bilgi paylaşımı ve stratejik gelişim kültürünü güçlendiren en önemli platformlardan biri. Bu buluşmalar, inovasyon odaklı düşünce yapısını ve ortak vizyonu destekleyerek ülkeler arasında güçlü bir iş birliği ağı oluşturuyor. Bu yıl etkinliğe

İstanbul'da ev sahipliği yapmış olmak bizim için ayrı bir önem taşıyor. Ev sahipliğimiz, Talanx'ın global stratejisiyle uyumlu biçimde Türkiye'deki konumumuzu pekiştirmemize ve grubun uluslararası bilgi birikimini ülkemize taşıyarak sektöre değer katmamıza olanak sağlıyor" dedi.

HDI Sigorta Oto Teknik ve Aktüeryal Fiyatlandırma Genel Müdür Yardımcısı Ayşe Can Okyay organizasyon kapsamında gerçekleştirilen panelde Türkiye sigorta sektörünün taşıdığı gelişim potansiyeline dikkat çekerek şu değerlendirmede bulundu: "Türkiye sigorta sektörü, büyüme potansiyeli yüksek ve büyük ölçüde keşfedilmemiş bir pazar konumunda. Sigorta penetrasyonunun yüzde 2,3 seviyelerinde olması, sektörümüz için çok büyük bir gelişim alanı sunuyor. Türkiye'nin genç, dijital ve dinamik yapısı sigortacılığın toplumda daha güçlü bir karşılık bulması için önemli bir fırsat. Bu potansiyeli, doğru ürün yaklaşımı ve veri odaklı karar mekanizmalarıyla birlikte açığa çıkaracağımıza inanıyoruz."



Katılım Sağlık ile her kurumda güvendesiniz

Katılım Sağlık'ın yeni bireysel özel sağlık sigortası ürünü Ahenk, tüm sağlık kurumlarında geçerli teminatıyla beklenmedik kaza ve hastalıklara karşı geniş kapsamlı güvence sunuyor.

Sigorta sektöründe bireysel ihtiyaçlara yönelik farklı esnek çözümler ön plana çıkıyor. Katılım sigortacılığının öncü şirketlerinden Katılım Emeklilik'in sağlık sigortaları markası Katılım Sağlık, bireysel özel sağlık sigortası alanındaki yeni ürünü Ahenk Bireysel Özel Sağlık Sigortası ile sigorta sahiplerine beklenmedik kaza veya hastalık durumlarında modern sağlık hizmetlerine erişim imkânı sunuyor. Ahenk Sigortası, esnek yapısı ve geniş kurum geçerliliğiyle benzeri sağlık sigortası ürünlerinden ayrılıyor. Katılım Emeklilik, sağlık hizmetlerinde erişilebilirliği yeni bir seviyeye taşıyarak sektöre fark katan çözümler sunuyor.

Tüm sağlık kurumlarında geçerli tek poliçe ile güvence

Ahenk Sigortası, yatarak tedavilerde tüm sağlık kuruluşlarında geçerli. Sigorta sahipleri, poliçe-

rinde belirtilen şartlar kapsamında Türkiye genelindeki özel hastanelerde tanı ve tedavi hizmetlerinden yararlanabiliyor. Anlaşmasız kurumlarda yapılan harcamalar ise Türk Tabipleri Birliği tarifi kadar geri ödeniyor. Katılım Sağlık'ın mevcut anlaşmalı kurum ağı da Ahenk poliçesi kapsamında kullanılabilir. Böylece sigortalılar, seçkin özel hastanelerden sağlık hizmeti alırken ihtiyaç duydukları farklı kurumları da tercih edebiliyor.

Ahenk Sigortası'nda, Katılım Sağlık Bebeği Avantajı ile bebeklere daha doğdukları andan itibaren sigortalılık imkânı sunuyor. İhtiyaca göre tercih edilebilen isteğe bağlı ek teminatlarla sigorta kapsamı genişletilerek daha kapsamlı bir güvence sağlanabiliyor. Tüm sağlık kuruluşlarında geçerli olan Ahenk Sigortası ise yüzde 100 faizsiz sistemle hizmet vererek ailelere hem güvenilir hem de kapsayıcı bir sağlık anlayışı sunuyor.

Her ihtiyaca uygun güvence modeli

Ahenk sigortası, kullanıcıların farklı bütçelere ve ihtiyaçlara uygun seçeneklerle poliçe oluş-

turabilmesine olanak tanıyor. Bu yönüyle Ahenk, bireysel özel sağlık sigortasında erişimi kolaylaştırmayı ve sigorta deneyimini sadeleştirmeyi hedefliyor.

Ahenk, Katılım Sağlık'ın bireysel sigorta portföyündeki en kapsamlı ürünlerinden biri olarak konumlanıyor. Şirket, ürünün özellikle tüm kurumlarda geçerliliğiyle sigortalıların sağlık hizmetine erişiminde yeni bir standart oluşturmaları amaçlıyor.

Türkiye genelinde yaygın anlaşmalı kurum ağıyla bireysel ve kurumsal sağlık sigortası çözümleri sunan Katılım Sağlık, faizsiz sigortacılık ilkeleri doğrultusunda hizmet veriyor. Beklenmedik kaza ya da hastalık durumlarında, sigortalıların seçkin özel sağlık kurumlarında modern tanı ve tedavi hizmetlerinden faydalanmasını sağlıyor. 2.600'ü aşkın anlaşmalı sağlık kuruluşuyla geniş bir erişim ağı sunan Katılım Sağlık, müşteri odaklı yaklaşımı ve yenilikçi ürünleriyle bireylerin sağlık hizmetlerine yüzde 100 faizsiz şekilde ve tamamen güvenle ulaşmasına imkan veriyor.

Küçük detaylar büyük fark yaratır.
Konut Sigortası fark yaratır.

Türkiye Sigorta Birliği



tsb.org.tr

#SigortasızOlmaz



AgeSA'ya Mastercard PSM Awards Ödülü

AgeSA, kişiselleştirilmiş müşteri deneyimine yeni bir açılım getiren yapay zekâ tabanlı öneri motoru projesiyle, Mastercard PSM Awards 2025'te En İyi Tutundurma / Pazarlama Başarısı ödülünün sahibi oldu.

Yapay zekâ tabanlı ürün ve çözümleriyle dijitalleşme yatırımlarını hızla sürdüren AgeSA, bu alanda sektöre kattığı yenilikçi yaklaşımını kazandığı ödüllerle pekiştirmeyi sürdürüyor. Bu kapsamda AgeSA, hayata geçirdiği sektörün ilk yapay zekâ tabanlı öneri motoru (AI-based Recommender Engine) projesi ile

Mastercard PSM Awards 2025'te En İyi Tutundurma / Pazarlama Başarısı kategorisinde Gümüş ödüle layık görüldü.

Bu yıl iki farklı platformdan da ödüller kazanan AI-based Recommender Engine projesi, müşterilerin finansal geçmişlerini ve davranışsal verilerini ileri analitik ve makine öğrenimi modelleriyle analiz ederek, AgeSA Mobil uygulaması üzerinden doğrudan kişiselleştirilmiş öneriler sunuyor. Sistem; doğru teklifi doğru zamanda ve doğru müşteriyle buluşturmayı hedefleyen veri odaklı

yaklaşımıyla müşteri deneyiminde yeni bir standart oluşturuyor.

Proje, geleneksel kampanya yöntemlerine kıyasla 3 kat daha yüksek performans sergileyerek pazarlama ve tutundurma çalışmalarında güçlü bir etki yarattı. Kişiselleştirilmiş deneyim, müşterileri değerini büyüten ve şirketin uzun vadeli değer yaratma kapasitesini güçlendiren bir etki alanıdır. Önümüzdeki dönemde bu etki, farklı kanal entegrasyonlarıyla genişlemeye devam edecek.



MAPFRE Sigorta'nın Fotoğraf ve Resim Sergisi Bu Yıl da Darüşşafaka İçin Açıldı

MAPFRE Sigorta Kültür Sanat Kulübü tarafından bu yıl ikincisi açılan fotoğraf ve resim sergisi, şirket çalışanlarını ve acenteleri bir araya getirdi. Sergiden elde edilen tüm gelir, bu yıl da Darüşşafaka Cemiyeti'ne bağışlanacak.

MAPFRE Sigorta, kültür – sanatı desteklemeye ve sosyal sorumluluk projeleriyle topluma katkı sağlamaya devam ediyor. Bu vizyon doğrultusunda MAPFRE Sigorta Kültür Sanat Kulübü tarafından geçtiğimiz yıl başlatılan fotoğraf ve resim sergisi projesi, bu yıl ikinci kez kapılarını açarak kurum içinde iyiliği, dayanışmayı ve yaratıcılığı yeniden aynı çatı altında buluşturdu. Kulüp üyelerinin objektifinden yansıyan eserlerin yer aldığı sergiden elde edilen tüm gelir, eğitimde fırsat eşitliğine katkı sağlamak amacıyla yine Darüşşafaka Cemiyeti'ne bağışlanacak.

Sergi hakkında bir değerlendirme yapan MAPFRE Sigorta Genel Müdürü Erdinç Yurtseven, "MAPFRE

Sigorta olarak, toplumsal değer yaratmayı şirket kültürümüzün ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz. Biliyoruz ki sürdürülebilir başarı yalnızca finansal göstergelerle değil; topluma bırakılan kalıcı izlerle ölçülür. Gönüllülük projelerimiz, kulüplerimiz ve çalışanlarımızın içten katılımıyla her yıl daha da gelişen bir etki alanı oluşturuyor. Geçtiğimiz yıl Darüşşafaka'daki çocuklarımızın eğitimini için katkı sunmanın mutluluğunu yaşamıştık. Böylesine köklü bir kurumla aynı amaç etrafında buluşmak, hem şirketimiz hem de hepimiz için büyük bir gurur kaynağı. Bundan sonra da iyiliği çoğaltan, geleceğe umut taşıyan projelere destek vermeye kararlılıkla devam edeceğiz" dedi.

MAPFRE Sigorta Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı ve İcra Komitesi Üyesi Yıldırım Türe de, kültür ve sanat projelerinin kurum içindeki gönüllülük ruhunu güçlendirdiğini belirterek "Bu sergi, çalışanlarımızın

yeteneklerini ortaya koyduğu bir platform olmanın ötesinde; değerlerimizi, birlik duygumuzu ve topluma katkı sağlama motivasyonumuzu görünür kılan çok özel bir buluşma noktası. Darüşşafaka'ya destek olmak, hepimiz için yüksek bir anlam taşıyor. Çalışanlarımızın gönülden ortaya koyduğu bu eserlerin iyiliğe dönüşmesi, MAPFRE kültürünün en güzel yansımalarından biri. Bu birlikteliğin her yıl daha da büyüyerek sürmesini diliyorum" dedi.



Aslıhan Duymaz

Bupa Acıbadem Sigorta Genel Müdürü

Bupa Acıbadem Sigorta'dan Kişiyeye Özel Global Sağlık Sigortası

Bupa Acıbadem Sigorta, Türkiye'de bir ilke imza atarak, dünyanın her yerinde sağlığını güvence altına almak isteyenler için Kişiyeye Özel Global Sağlık Sigortası'nı satışa sundu. Bupa Global'in 50 yılı aşkın uluslararası sigortacılık deneyimi ile Bupa Acıbadem Sigorta'nın Türkiye'deki uzmanlığını bir araya getiren bu sağlık güvencesi; doğrudan provizyon hizmeti sunan ilk uluslararası sağlık sigortası olarak dikkat çekiyor.

Dünyanın her yerinde, sağlık güvencesi sunabilen Kişiyeye Özel Global Sağlık Sigortası, sigortalıların dünya çapında 2 milyonu aşkın sağlık kurumuna erişmesini sağlayarak her coğrafyada aynı kalite standartlarında sağlık hizmeti alabilmelerine imkân tanıyor. 190'dan fazla dilde müşteri desteği sunan global hizmet ağı, farklı ülkelerde yaşanan sağlık ihtiyaçlarında iletişim engellerini ortadan kaldırırken; hızlı ve etkin provizyon süreçleri ile tedavi deneyimini her aşamada kolaylaştırıyor.

Dijital sağlık deneyimini güçlendiren MembersWorld ve Blua uygulamaları, kullanıcıların ihtiyaç duydukları anda profesyonel sağlık desteğine ulaşmasını sağlıyor. Sigortalılar, bu uygulamalar üzerinden dünyanın dört bir yanındaki uzman doktorlarla 7/24 görüntülü ya da online görüşme yapabiliyor. Kişisel sağlık kayıtlarını güvenle takip edebiliyor, randevu ve işlem süreçlerini dijital olarak yönetebiliyor. Ayrıca uygulama, tıbbi yönlendirmeleri, reçete ve tedavi planı takibini, acil durum desteğini ve polişe kapsamı-

na dair tüm bilgilere anlık erişimi tek bir platformda birleştirerek kullanıcıların sağlık yolculuğunu çok daha hızlı, pratik ve erişilebilir hâle getiriyor.

Bununla birlikte, ikinci tıbbi görüş alma hizmeti, gerekli durumlarda uluslararası çapta hasta nakli imkânı, mental sağlıkta ayakta ve yatarak tedavi teminatları, gebelik ve aile sağlığı desteği, göz ve diş tedavileri gibi çok yönlü sağlık çözümleriyle sigortalılar kapsamlı ve bütüncül bir sağlık deneyimine ulaşıyor.

Türkiye'de ilk kez sunulan bu uluslararası sağlık güvencesinin önemine değinen Bupa Acıbadem Sigorta Genel Müdürü Aslıhan Duymaz, açıklamasında şunları söyledi:

"Globalleşen yaşam pratiklerinin hızla dönüşmesi, bireylerin, özellikle de yurtdışında yaşayan veya farklı coğrafyalarda çalışan bireylerin sağlık ihtiyaçlarını da sınırların ötesine taşıyor. Bu gelişen ihtiyaçları dikkate alarak sunduğumuz Kişiyeye Özel Global Sağlık Sigortası ile Türkiye'deki sağlık sigortacılığı tecrübemizi, grup şirketlerimizden Bupa Global'in yarım asrı aşan uluslararası uzmanlığıyla bir araya getirdik. Dünyanın neresine giderseniz gidin faydalanabileceğiniz kapsamlı sağlık güvencesi küresel sağlık ekosistemindeki güçlü konumumuzu yansıtan yenilikçi bir yaklaşımın sonucudur. Sık seyahat eden üst düzey yöneticiler, yurtdışında yaşayan, çalışan ya da çocuğu eğitim gören bireyler

için kapsam, erişim ve güveni tek çatı altında topladık. Amacımız, sigortalılarımızın dünyanın her noktasında kesintisiz ve yüksek standartlı bir sağlık deneyimine ulaşmasını sağlamak. Sağlık, herkes için ortak ve en değerli hazinedir. Türkiye'de bir ilk olan bu global sağlık güvencesiyle, insanların sağlığını yalnızca yerel değil, dünya genelinde koruyoruz. Artık coğrafi sınırlar, sağlık hizmetine erişimde bir engel değil."

Dünya Çağında Hareket Halindeki Bireyler İçin Tasarlandı

Kişiyeye Özel Global Sağlık Sigortası, küresel ölçekte hareket halinde yaşayan geniş bir kitleye hitap ediyor. Özellikle yurt dışına sık seyahat eden üst düzey yöneticiler, expat'lar, dijital göçebeler ve yaşamını birden fazla ülke arasında sürdüren bireyler için güvenilir ve sürekli bir koruma sunan premium polişe karşılaştırmaları sağlık risklerine karşı güçlü bir çözüm oluşturuyor. Sınırları aşan premium sağlık güvencesi modeli, yurtdışında eğitim gören öğrencilerin ailelerine ise yüksek maliyetli tedavi risklerine karşı güven veren, kesintisiz bir sağlık koruması sağlıyor. Böylece global yaşam dinamiklerine sahip tüm bireyler için kapsamlı, esnek ve uluslararası standartlarda bir sağlık güvencesi yaratılıyor.



Türkiye Sigorta Birliği Kasım sonu istatistiklerini açıkladı

Türkiye Sigorta Birliği (TSB) üye şirketlerden derlediği verilere göre 2025 yılı Kasım sonu istatistiklerini açıkladı.

Türkiye Sigorta Birliği'nden yapılan açıklamada üye şirketlerden derlenen verilere göre 2025 yılı Kasım sonu itibarı ile toplam prim üretimi geçen yılın aynı dönemine göre %47,7 artış ile 1.059.868.533,048 TL

olarak gerçekleşti. Katılım Sigortacılığı toplam prim üretimi ise geçen yılın aynı dönemine göre %60,7 artış ile 59.612.032.164 TL olarak gerçekleşti.



senCard ve Quick Sigorta'dan Stratejik İş Birliği

SenCard ve Quick Sigorta, sağlık sigortacılığı alanında stratejik bir iş birliği başlatıklarını duyurdu. Bu iş birliği, her iki kurumun uzmanlığını bir araya getirerek sektörde sürdürülebilir, güvenli ve yenilikçi bir sağlık sigortacılığı ekosistemi oluşturmayı hedefliyor.

İş birliği kapsamında Maher Holding iştiraki Quick Sigorta'nın sağlık sigortası müşterileri, Bupa Acıbadem Sigorta'nın sağlık odaklı üyelik programı senCard'ın kusursuz hizmet kalitesi, dijital çözümleri ve avantajlarla zenginleştirilmiş hizmet platformuna erişim sağlayacak. İş birliğinin temel gücünü, Bupa Acıbadem Sigorta'nın reasürör olarak sunduğu sağlam finansal, teknik ve operasyonel altyapı oluşturuyor.

Bupa Acıbadem Sigorta, yalnızca sağlık sigortacılığına odaklanan yapısı ve uzun yıllara dayanan reasürans deneyimiyle, sigorta şirketlerinin sürdürülebilir büyümesini ve finansal dayanıklılığını destekleyen bir risk yönetimi çerçevesi sunuyor. Bu kapsamda oluşturulan model, sadece bir operasyonel entegrasyon değil; risk yönetimi, finansal koruma, ölçeklenebilirlik ve operasyonel mükemmellik açısından sektöre örnek teşkil eden bir yapı niteliği taşıyor.

Bu iş birliği, Quick Sigorta'nın sağlık sigortacılığı hedeflerine sürdürülebilir bir çerçevede ilerlemesi-

ni sağlayarak, müşteri deneyimini kendi vizyonu doğrultusunda şekillendirmesine olanak tanıyor.

Quick Sigorta'nın müşteri odaklı yaklaşımını güçlendiren bu iş birliğine ilişkin değerlendirmelerde bulunan Maher Holding Sigorta Grubu Başkanı Ahmet Yaşar şunları söyledi:

“Sigortacılık sektöründe dönüşümün hızlandığı bir dönemdeyiz ve sigortalılarımızın beklentileri artık klasik sigorta teminatlarının çok ötesine geçiyor. Quick Sigorta olarak biz de bu dönüşümü, sigortalılarımızın hayatına değer katan yenilikçi çözümlerle şekillendirmeyi önemsiyoruz. senCard ile kurduğumuz iş birliğini, tam da bu vizyonun güçlü bir adımı olarak görüyorum. senCard'ın hizmet kalitesi ve dijital kolaylıkları, Quick Sigorta'nın Türkiye'ye yayılmış 8.000 acentesi ve teknoloji odaklı yaklaşımıyla birleştiğinde müşterilerimize daha erişilebilir, daha bütüncül ve daha güven veren bir sağlık deneyimi sunacağız.

Bu ortaklığın, sigortacılıkta beklediğimiz dönüşümün de önemli bir parçası olacağına inanıyorum. Amacımız yalnızca güvence sunmak değil; sigortalılarımızın sağlık yolculuklarında yanlarında yürümek, onların günlük yaşamına dokunan gerçek bir değer yaratmak. senCard ile attığımız bu adımı, hem sigortalılarımızın yaşam kalitesine hem

de sektörün insan odaklı gelişimine anlamlı katkılar sağlayacağına yürekten inanıyorum.”

Bupa Acıbadem Sigorta Genel Müdürü Aslıhan Duymaz, iş birliğinin stratejik önemine ilişkin görüşlerini şöyle ifade etti:

“Quick Sigorta ve senCard arasındaki bu stratejik iş birliğinin, sağlık sigortacılığında yenilikçi ve sürdürülebilir bir ekosistem oluşturulmasına güçlü bir katkı sağlayacağına inanıyoruz.

Bupa Acıbadem Sigorta olarak biz, reasürör kimliğimizle sektörün finansal dayanıklılığını artırmayı, yenilikçi ürünlerin güvenli hayata geçmesini desteklemeyi ve sürdürülebilir büyümeyi mümkün kılan sağlam bir risk paylaşım zemini oluşturmayı hedefliyoruz. Uzun yıllardır yalnızca sağlık sigortacılığına odaklanan bir kurum olarak, reasürans alanındaki uzmanlığımızı sigorta şirketlerinin gelişimine ve sektörün sağlıklı işleyişine değer katacak şekilde kullanıyoruz.

Bu iş birliği, yalnızca bir operasyonel entegrasyon değil; aynı zamanda risk yönetimi, finansal koruma ve sürdürülebilir ölçeklenme açısından sektör için önemli bir model niteliği taşıyor. Biz de bu yapının arkasındaki reasürör olarak, Quick Sigorta'nın müşteri odaklı yaklaşımını ve senCard'ın “Sağlıklı ve Mutlu Yaşam Danışmanı” vizyonunu

güçlü bir finansal ve teknik çerçeveyle desteklemekten memnuniyet duyuyoruz.”

Quick Sigorta Genel Müdürü Eyüp Özsoy, iş birliğine ilişkin değerlendirmesinde ise şöyle konuştu:

“Quick Sigorta olarak kuruluşumuzdan bu yana sigorta sektörüne hız, dinamizm ve yenilik getirmeyi kendimize misyon edindik. Dijital sigortacılığın öncüsü konumuzuz, yaygın acente ağımla sigortalılarımızın hayatını kolaylaştıran çözümler üretirken; her zaman onların ihtiyaçlarını doğru anlamaya ve beklentilerinin ötesinde bir deneyim sunmaya odaklanıyoruz. senCard ile prensipte sağladığımız bu iş birliği, müşteri odaklı yaklaşımımızın güçlü bir yansıması niteliğinde. Bu adımı birlikte sağlık sigortalılarımıza yalnızca bir teminat paketi değil; yaşam kalitesini artıran, geniş anlaşmalı kurum ağı ve yenilikçi uygulamalarla desteklenen bütüncül bir sağlık deneyimi sunmayı hedefliyoruz.

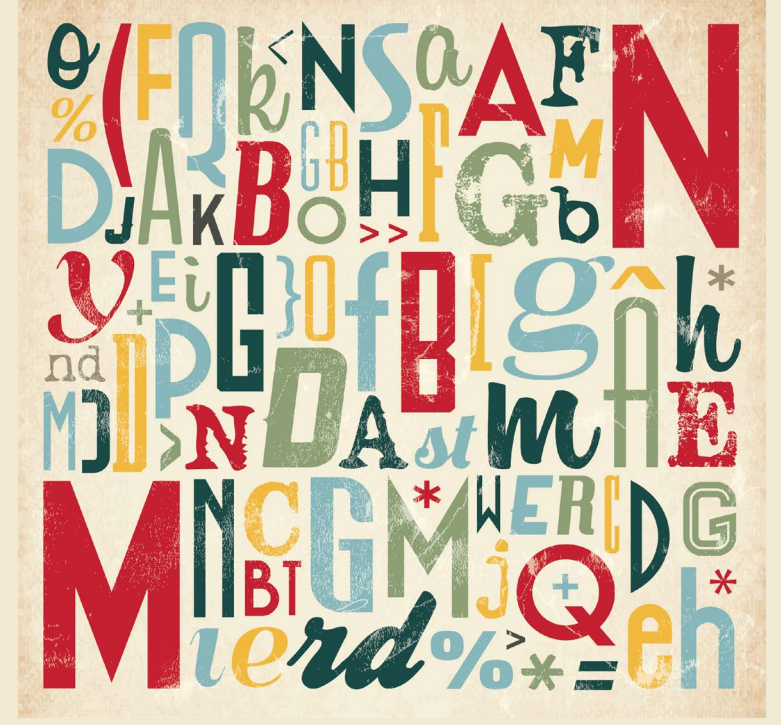
Quick Sigorta'nın güçlü acente ağı ile Bupa Acıbadem Sigorta'nın sağlık sigortacılığındaki köklü tecrübesinin birleşmesi, sektörde yeni bir değer alanı yaratacak. Bu ortaklığın, sigortalılarımıza sunduğumuz hizmeti daha ileriye taşıyacağına ve geleceğin sigortacılık vizyonunu birlikte şekillendirmemize katkı sağlayacağına yürekten inanıyorum. Hedefimiz, hem sigortalılarımıza yenilikçi ve sürdürülebilir çözümler sunmak hem de sektördeki güçlü konumumuzu uzun vadeli stratejik iş birlikleriyle daha da pekiştirmektir.”

Stratejik İş Birliğinin İki Markaya Sağladığı Değer

Bu stratejik iş birliği, sağlık sigortacılığı alanında sürdürülebilir bir büyüme modeli oluşturulmasına iki marka açısından da güçlü bir katkı sunuyor.

Bupa Acıbadem Sigorta'nın reasürör kimliğiyle sağladığı finansal dayanıklılık, risk yönetimi uzmanlığı ve operasyonel mükemmellik çerçevesi, Quick Sigorta'nın sağlık sigortacılığı alanındaki hedeflerine daha sağlam bir zeminde ilerlemesini mümkün kılıyor.

Öte yandan Quick Sigorta'nın müşteri odaklı yaklaşımı ve sektörde geliştirmek istediği alanlara dair vizyonu, bu iş birliğinin yönünü belirleyen temel unsur oluyor. Bu yapı, iki markanın da sağlık sigortacılığında uzun vadeli, ölçeklenebilir ve sürdürülebilir bir değer yaratmasına imkan tanıyor; sektörün sağlıklı işleyişine ve gelişimine katkı sağlayan örnek bir model niteliği taşıyor.



Sigorta Terimleri

■ Tekafül Nedir?

Tekafül, karşılıklı güven ve dayanışma ilkelerine dayanan bir İslami sigorta sistemidir. Katılımcılar, belirli bir meblağ toplayarak, herhangi bir zarara uğrayan kişinin zararını karşılamak için bu fonu kullanırlar. Tekafül, konvansiyonel sigortacılıktan farklı olarak faiz ve belirsizliği reddeder. Katılımcılar gönüllü olarak katkı yapar ve bu katkılar “teberru” olarak kabul edilir, yani bağış olarak nitelendirilir. Ayrıca, yatırımlar İslami usullere uygun şekilde yapılır ve İslam Hukuku'na aykırı poliçeler düzenlenmez. Bu sistem, İslami prensiplere uygun bir sigorta modelidir.

■ Tahkim Nedir?

Tahkim, sigorta şirketleri ile sigortalı arasındaki anlaşmazlıkları çözmek için kurulan ve kanunlarla belirlenen bir komisyondur. Sigorta ettirenler ya da sigorta sözleşmesinden fayda sağlayan kişiler, tahkim başvurusu yaparak bu anlaşmazlıkları çözebilirler. Başvuru için sigorta şirketine olumsuz yanıt alınması veya 15 iş günü içinde yanıt verilmemesi gerekir. Tahkim, sigorta sözleşmesiyle ilgili anlaşmazlıkları ve Güvence Hesabı taleplerini değerlendirir.

■ Navlun Nedir?

Navlun, malların taşınması için nakliye şirketine ödenen ücrettir ve taşımacılık yöntemi, mesafe, boyut gibi faktörlere göre değişir. Sigortacılıkta ise navlun sigortası, nakliye sırasında mallarda meydana gelen hasar veya kayıpların, nakliye şirketinin sorumluluğu kapsamında sigortalanmasını sağlar. Bu sigorta, nakliye şirketinin ihmalden kaynaklanan hasarları kapsar ve sigorta masrafları genellikle nakliye şirketi tarafından ödenir. Ayrıca, uluslararası ticaret kurallarını belirleyen Incoterms, navlun ve risklerin kim tarafından karşılanacağı konusunda belirleyici rol oynar.

■ Aktüer Nedir?

Mesleki bir unvandır. Aktüer, sigorta risklerini ve prim bedellerini istatistiksel ve olasılık hesaplamaları ile belirleyip, geleceğe yönelik stratejik değerlendirmeler yapan kişidir. Sigorta sektöründe önemli bir rol oynayan aktüer, risklerin olası etkilerini öngörerek, finansal zararları azaltmaya çalışır. Görevleri arasında sigorta prim bedelleri, kar payları ve rezervleri hesaplamak bulunur. Ayrıca, karmaşık verileri analiz edip net bir şekilde sunarak sigorta sektörüne katkı sağlar.



Dünya Engelliler Günü'nde GIG Sigorta'dan Anlamlı Destek

GIG Sigorta, toplumsal faydayı artırmayı amaçlayan sosyal sorumluluk çalışmaları kapsamında Gemlik Cihazlı Özel Eğitim Uygulama Okulu öğrencilerine forma desteğinde bulundu.

3 Aralık Dünya Engelliler Günü sebebiyle gerçekleştirilen projede, Gemlik İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü tarafından bildirilen ihtiyaç doğrultusunda hazırlanan GIG Sigorta formaları öğrencilere hediye edildi.

Etkinliğe Gemlik Belediye Başkanı Şükrü Deviren, Gemlikspor Kulübü

Başkanı Cem İlker Kamacı ve yönetimi, İlçe Milli Eğitim Müdürü Adnan Uluğ, Garnizon Komutan Vekili Veteriner Albay Aytuğ Barış, İlçe Spor Müdürü Berkant Atasoy, siyasi parti temsilcileri ve kent konseyi üyeleri katılım sağladı. GIG Sigorta'yı ise Satış Genel Müdür Yardımcısı Sibel Sevinç ile Satış Direktörü Ferda Yanoğlu temsil etti.

Etkinliğe dair görüşlerini paylaşan GIG Sigorta Satış Genel Müdür Yardımcısı Sibel Sevinç, projeye verdikleri desteği şu sözlerle ifade etti:

“GIG Sigorta olarak sadece sektöre değer katmakla kalmayıp, toplumsal faydayı güçlendiren projelere katkı sağlamayı önemsiyoruz. Özel gereksinimli çocuklarımızın eğitim hayatına destek olmak, onların sosyal hayata daha güçlü katılmalarına yardımcı olmak bizim için büyük bir değer. Bu projede onların mutluluğuna ortak olmak bizi son derece gururlandırdı. Şirket olarak, sürdürülebilir bir toplum için eşitlik, kapsayıcılık ve eğitime destek sağlayan projelerde yer almayı kararlılıkla sürdüreceğiz.”

Sigorta Hikayeleri

■ Uzaydan Gelen Fatura

Mart 2024'te Florida'da yaşayan bir ailenin çatısına uzaydan büyük bir metal parça düştü. NASA, parçanın Uluslararası Uzay İstasyonu'ndan atılan bir enkaz olduğunu doğruladı. Aile, parçanın neden olduğu hasar için sigorta şirketinden yaklaşık 80.000 dolar tazminat talep etti.

■ Ayı Kostümlü Sigorta Dolandırıcılığı

Los Angeles'ta bir dolandırıcılık çetesi, lüks araçlarına poli saldırdığı yalanını uydurdu. Polis, mağdurların “ayı” kıyafeti giymiş kişiler tarafından gerçekleştirilen sahte hırsızlıkları sigorta şirketlerine bildirdiğini belirledi. Şüphelilerin evinde ele geçirilen ayı kostümü, planın sahteliğini kanıtladı.

■ Ölü Taklidi Yapan İş Adamı

2000 yılında Avustralyalı iş adamı Harry Gordon, yaktı kaybolmuş gibi yaparak kendisini ölü gösterdi ve 3,5 milyon Avustralya doları hayat sigortası almaya kalkıştı.



Sigorta şirketi ödeme yapmayınca Gordon, Yeni Zelanda'ya kaçıp yeni bir kimlikle yaşadı. Ancak kaçışını organize eden kardeşiyle beklenmedik bir karşılaşma, hikayeyi ortaya çıkardı ve Gordon hapis cezası aldı.

■ Köpeğin Sebep Olduğu Trafik Kazası

Yeni Zelanda'da bir kadın, köpeğinin park halindeki kamyonetinin el frenini yanlışlıkla serbest bırakmasıyla şaşkına döndü. Araç geri geri giderek sokakta park halindeki başka bir otomobile çarptı. Kadın durumu polise itiraf etti ve sigorta hasarı karıştı.

■ İnek Kurbanı iPhone

Fırtınalı bir gecede bir çiftçi, inek doğumuna yardımcı olmak için

iPhone'unu ışık kaynağı olarak kullandı. Telefon aniden kaybolunca çiftçi, sigortadan yeni bir telefon talep ederek telefonun ineğin karnında kaybolduğunu iddia etti. Telefon bulursa da tamir edilemez olduğu rapor edilince, sigorta şirketi yeni telefonun bedelini ödemek zorunda kaldı.

■ Tavan Arasında-ki Yarasa İstilas

Ottawa'da yeni evlerine taşınan bir aile, tavan arasında büyük bir sorunla karşılaştı. Zamanla biriken yarasaların dışkıları (guano) nedeniyle tavan çökmeye başlamıştı. Sigorta şirketi, başlangıçta kapsam dışı tutmak istese de, sonunda evin yeniden yapım maliyetini karşıladı.