

Faruk Gökçen:
"Sigortayı yaşamın
bir parçası haline
getirmek gerekiyor."



AXA Türkiye'den sektöre 2030 mesajı: Sigortacılıkta yeni dönem başlıyor

AXA Türkiye, Sigorta Aracıları Zirvesi'nde sektörün geleceğine ilişkin vizyonunu paylaştı. Yapay zekadan sürdürülebilirliğe, önleyici sigortacılıktan müşteri deneyimine kadar sektörün dönüşüm başlıklarının ele alındığı zirvede AXA Türkiye yöneticileri, 2030'a giden yolda sigortacılığın yeni odağının empati, önleme ve dayanıklılık olacağı mesajını verdi.

s06 HABER



HDI Fibaemeklilik GMV Erhan İleri'den 18 yaş altı BES vurgusu

Sigorta Postası'na özel konuşan HDI Fibaemeklilik Genel Müdür Yardımcısı Erhan İleri, bireysel emeklilik sisteminde özellikle 18 yaş altı BES'in önemine dikkat çekerek, erken yaşta sisteme dahil olmanın uzun vadede büyük avantaj sağladığını söyledi. BES'te fon yönetiminden dijitalleşmeye, yapay zekâ kullanımından sosyal sorumluluk projelerine kadar birçok konuda değerlendirmelerde bulunan İleri, "Tasarruf bilinci

artık çok daha erken yaşta oluşuyor" dedi.

Sigorta Postası'na özel konuşan HDI Fibaemeklilik Genel Müdür Yardımcısı Erhan İleri, bireysel emeklilik sisteminde özellikle 18 yaş altı BES'in önemine dikkat çekerek, erken yaşta sisteme dahil olmanın uzun vadede büyük avantaj sağladığını söyledi.

RÖPORTAJ **s07**



TSB Başkanı Ahmet Yaşar'dan BES, Hayat Sigortası ve COP31 açıklamaları

Türkiye Sigorta Birliği Başkanı Ahmet Yaşar, bireysel emeklilikten hayat sigortalarına, İstanbul Finans Merkezi'nden uluslararası yatırımlara kadar sektörün gelecek hedeflerini açıkladı. 2030 yılı için 50 milyar dolarlık büyüklük hedefi ortaya koyan sektör, sigorta farkındalığının artırılması ve koruma açıklarının kapatılmasına odaklanıyor.

s04 SEKTÖR



Ray Sigorta'dan premium segmente özel yeni nesil kasko: **KaskoBLACK**

Ray Sigorta, kasko pazarında büyük bir boşluğu dolduran yeni ürünü KaskoBLACK'i müşterilerle buluşturdu. Kaskoda 'premium' segmente özel KaskoBLACK; 0-3 yaş araçlara özel yeni değer güvencesi, sınırsız ikame araç hizmeti ve muafiyetsiz teminat yapıyla kasko sigortacılığında premium segment için yeni bir standart oluşturuyor.

Yenilikçi ve müşteri odaklı yaklaşımıyla "farklı bir sigorta" deneyimi sunan Ray Sigorta, kasko ürün portföyüne çığır açan bir ürün daha ekliyor. Kasko poliçelerinin muafiyet, limit ve istisna gibi karmaşık yapısının tüketicide yarattığı belirsizliğe son vermek amacıyla geliştirilen KaskoBLACK, "poliçe yaptır, gerisini düşünme" yaklaşımını somut bir ürün haline getiriyor. Sektördeki en kapsamlı kasko çözümlerinden biri olarak konumlanan KaskoBLACK hem korumayı hem de hizmet deneyimini üst seviyeye taşıyor.

GÜNCEL **s11**



Neova Sigorta'ya Fitch'ten güçlü finansal performans onayı

Neova Sigorta, Fitch Ratings'in Uluslararası Finansal Güç (IFS) Notu'nu B+ dan BB- ye yükseltmesiyle finansal gücünü uluslararası ölçekte bir üst seviyeye taşıdı. Güçlü sermaye yapısı, sürdürülebilir karlılığı ve istikrarlı finansal performansı ile öne çıkan şirket, uluslararası büyüme vizyonunu da kararlılıkla sürdürüyor.

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Fitch Ratings, Neova Sigorta'nın Uluslararası Finansal Güç Notu'nu B+ seviyesinden BB- seviyesine taşıdı. Kuruluş ayrıca, şirketin Ulusal Sigorta Finansal Güç (National IFS) Notu'nu da A+ (tur) seviyesinden AA- (tur) seviyesine yükseltti.

HABER **s12**



Türkiye Sigorta, Dijital İtibar Raporu'nda yükselişini sürdürdü

Selda Çamlıbel Özkoyuncu

Türkiye Sigorta Kurumsal
İletişim ve Marka Yönetimi
Direktörü

HABER **s05**



18 yaş altı BES'e katılanlara Türkiye Hayat Emeklilik'ten ek destek

Ersener San

Türkiye Sigorta ve
Türkiye Hayat Emeklilik
Bankasürans Satış
Genel Müdür Yardımcısı

HABER **s08**

Hasar bildirimi artık cepte: Aksigorta Mobil ile pratik çözüm

s05 HABER

Zeynep Eröktem

Aksigorta Müşteri Hasar
Yönetimi ve Hukuk Genel
Müdür Yardımcısı



Anadolu Sigorta'dan otomotiv markalarına özel kasko hamlesi

s12 HABER





Bereket Sigorta Grubu GM Faruk Gökçen: Sigortayı yaşamın bir parçası haline getirmek gerekiyor

Sigorta Postası'na özel konuşan Bereket Sigorta Grubu Genel Müdürü Faruk Gökçen, dijitalleşmeden penetrasyon sorununa, emeklilik sistemindeki büyümeden Bereket Grubu'nun yeni merkezine kadar birçok başlıkta dikkat çeken değerlendirmelerde bulundu. Gökçen, "Dijitalleşme belirli bir alan değil, başlı başına bir bütün" diyerek sektördeki dönüşüm yaklaşımını anlattı.

Faruk Gökçen kimdir, kısaca tanıyabilir miyiz? Ardından grubunuzu da anlatabilir misiniz?

Ben iş hayatıma sigortacılıkla başladım ve hep sigortacılık yaptım. Aslen 1980 Trabzon doğumluyum. İlk, orta ve lise öğrenimimi Trabzon'da tamamladıktan sonra İstanbul Beykent Üniversitesi Uluslararası İlişkiler bölümünden mezun oldum. İlk iş hayatıma, o dönemde Aviva'da başladım. Sonrasında, Groupama, Ziraat Sigorta, Türkiye Sigorta ve Türkiye Hayat Emeklilik gibi kurumlarda görev aldım. Bereket Sigorta Grubu'nda satış genel müdür yardımcılığı görevini yürütürken, daha sonra Bereket Sigorta ve Bereket Emeklilik Genel Müdürü olarak görevime devam ettim.

Sigortacılık hayatım boyunca hem sahada müşteriyle birebir temas eden bir satış sorumlusu olarak hem de işin teknik tarafında, farklı şirketlerdeki entegrasyon ve süreç birleşmelerinde görev aldım. Bu süreçler hem insan kaynağı hem de sistem tarafında önemli deneyimler kazandırdı. Bu deneyimlerin bugünkü iş hayatımıza çok olumlu katkı sağladığını düşünüyorum.

Bereket Sigorta ve Bereket Emeklilik, 163 yıllık köklü geçmişe sahip Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri'nin iştirakidir. Tarım Kredi Kooperatifleri merkez birliği, 18 bölge birliği ve 1600'den fazla kooperatifle ülkenin her bölgesine hizmet veren güçlü bir yapıdır. Bu yapı bize hem güçlü bir sermaye hem de geniş bir saha erişimi sağlıyor. Aynı zamanda Tarım Kredi Kooperatifleri hem sermayedarımlarımız hem de dağıtım kanalımızdır. Ayrıca en büyük sigortalılarımızdan biridir. Bu durum bize hem bireysel hem de kurumsal tarafta önemli bir deneyim kazandırıyor. 1600 kooperatifin yaklaşık 800'ü kırsal bölgelerde yer alıyor ve bu da bize geniş bir erişim imkanı sağlıyor.

Dağıtım kanallarındaki oranlara bakacak olursak nasıl bir tablo var?

Bereket Sigorta Grubu yalnızca grup içi bir yapı değil, aynı zamanda sektördeki tüm dağıtım kanallarıyla çalışan bir şirkettir. Toplamda 16 farklı kanal ile çalışıyoruz. Bunlar arasında bankalar, münhasır yapılar, tasarruf finansman şirketleri, acenteler, brokerlar, Tarım Kredi Kooperatifleri ve dijital kanallar yer alıyor. Bu yapı toplamda 3500'ün üzerinde bir dağıtım ağı oluşturuyor. Dağıtım kanallarındaki oranlara bakacak olursak, 2025 yılı itibarıyla üretimin yaklaşık %20'si acentelerden, %40-50'si Tarım Kredi Kooperatifleri'nden, %12'si bankalardan, geri kalanı ise diğer kanallardan gelmektedir. Üretim çeşitliliği bizim için oldukça önemli. Bu çeşitlilik bize hem regülasyonlara uyum hem de operasyonel çeviklik kazandırıyor.

2025 yılı Bereket Sigorta Grubu açısından nasıl geçti? 2026 yılı için büyüme hedefleriniz ve öncelikli branşlar neler olacak?

2025 yılı genel olarak tarım sektörü açısından zorlu geçti. Özellikle don, kuraklık ve dolu gibi katastrofik hasarlar yaşandı. Tarım sigortaları kapsamında 30 milyar TL'nin üzerinde hasar oluştu. Biz de 2025 yılında hem aracılık hem de reasürans tarafında 1 milyar TL'nin üzerinde hasar ödemesi gerçekleştirdik. Bu süreç, çiftçilerin yanında olmanın ne kadar önemli olduğunu bir kez daha gösterdi. 2025 yılı finansal ve operasyonel açıdan ise zorlu hasarlara rağmen verimli geçti. Teknolojiye yatırım yaptığımız, müşteri süreçlerini önceliklendirdiğimiz bir yıl oldu. 2025'te ayrıca yeni ürünler ve yeni dağıtım kanalları devreye aldık. Rekabetin yoğun olduğu bu dönemde dijitalleşme ve entegrasyonlarla 2026'ya hazırlık yaptık. Özellikle kasko ve tarım sigortaları tarafında büyüme sağladık.

Biz hizmeti üç temel eksenle ele alıyoruz; sigortalılarımız, paydaşlarımız ve çalışanlarımız. Tüm süreçleri

uçtan uca yeniden tasarladık ve tek ekran yapısına geçtik. Bu sayede müşteri memnuniyetinde ciddi artış sağladık. Sigortalılarımız yönüyle bakalım. Bereket Sigorta ve Bereket Emeklilik olarak aslında hayat, hayat dışı ve bireysel emeklilik ürünleriyle faaliyet gösteren bir sigorta şirketiyiz. Bu grubun içinde aslında birden fazla ürünü hem hayatta hem hayat dışı tarafında sigortalılarımıza sunuyoruz. Sürece sigortalılarımızı tanımaktan başladık. 2 ekranı, 2 farklı altyapıyı, 3 tane farklı sistemi; sigortacılık, hayat ve bireysel emeklilik tekil hale getirerek sigortalılarımızdan oluşan o karmaşık veriyi sadeleştirip tek ekrana taşıdık. Sigortalılarımızın bizden beklentilerini tanımaya, anlamaya başladık. Tabi bu işin veri tarafı ve sigortalılarımıza dokunduğumuz paydaş tarafı da var. Az önce bahsettiğim 3 temel unsurun ikincisi. Paydaşlarımızı dokunduğumuz ve paydaşlarımızın sigortalılarımıza dokunduğu her anı anlamlı hale getirebilecek karmaşıklaktan uzaklaştırarak tek ekrana indirdik. Şimdi bütün bunları yaptınız ama aynı hizmeti aynı seviyede vermek istiyorsunuz. Ne yapmanız lazım? Çalışma arkadaşlarımızla da aynı kültürü oluşturabilmek adına onlar için buradaki verinin ne anlama geldiğini hem kültürel hem de sistemsel olarak onların ekranlarına taşıdık. Taşımaya da devam ediyoruz.

Çağrı merkezi memnuniyeti %90'ın üzerine çıktı. Hasar ödeme sürelerini de önemli ölçüde kısalttık. Eskiden 20 günü aşan ödeme sürelerini 13-17 gün seviyelerine indirdik. Biz dijitalleşmeyi bir araç değil, uçtan uca bir süreç olarak görüyoruz. Bu yaklaşımımız büyüme de olumlu yansıdı. 2026 hedefimiz sadece büyüme değil, aynı zamanda en iyi hizmeti sunmak ve hasar süreçlerinde sektörde ilk sıralarda yer almaktır. Hasar tarafı riskli bir hedef.

Genel olarak sigortacılığa yaklaşımınızı nasıl değerlendirirsiniz?

Biz meseleye şöyle bakıyoruz: Sigortacılar olarak en temel yaklaşımımız uzun vadeli düşünmek. Bir primi tasarlarken de ürünü fiyatlandırırken de, riski ölçerken de uzun vadeli bakıyoruz. Üretim tarafında da aynı durum geçerli. Konjonktürü, piyasayı ve gelişmeleri doğru okumak gerekiyor. Borcunuzu yerine getirmezseniz anlamı olmayan bir hedef. Regülasyonun izin verdiği, içerideki süreçlerin ve hukukun el verdiği en iyi hizmeti sunabilmek. Hedefimiz bu. Umuyorum ki bu hedefe de ulaşırız. Biz meseleye şöyle bakıyoruz: Sigortacılar olarak en temel yaklaşımımız uzun vadeli düşünmek. Bir primi tasarlarken de, ürünü fiyatlandırırken de, riski ölçerken de uzun vadeli bakıyoruz. Üretim tarafında da aynı durum geçerli. Konjonktürü, piyasayı ve gelişmeleri doğru okumak gerekiyor.

Piyasaya baktığımızda özellikle yeni finansal kuruluşların sigortacılık açısından önemli oyuncular olacağına ve sektöre ciddi katma değer sağlayacağına inandık. Bu doğrultuda çok önemli sistemler kurduk. Az önce bahsettiğim sigortalılarımızı tek ekranda görme yapısını yalnızca bir ekran olarak değil, aynı zamanda kanallarımıza tek tuşla polise üretebilme imkanı sağlayan bir yapı olarak tasarladık. Bunu acentelerimize, bankalarımıza ve Tarım Kredi Kooperatifleri'ne yani tüm paydaşlarımıza açtık. Bu bize çok ciddi bir katkı sağladı. Özellikle penetrasyon tarafında önemli kazanımlar elde ettik. Bazı kanallarımızda sunduğumuz her üç tekliften biri poliseye dönüşmeye başladı. Kanalların ivmesi de buna çok pozitif etki etti.

Örneğin mühendislik branşında büyüyen bir şirketiz ve Bu büyümede banka kanalımızın önemli katkısı bulunuyor. Kasko tarafında ise acente kanalında güçlü bir büyüme performansı sergiliyoruz. Yaklaşık 550 acenteden oluşan geniş bir dağıtım ağıımız var. Bu ağ içerisinde tasarruf finansman acenteleri, münhasır yapılar, çoklu çalışan acenteler ve pazaryeri modeliyle faaliyet gösteren ortaklarımız yer alıyor. Küçük ama etkili büyük bir örnek vermek gerekirse; yalnızca entegrasyon ve web servis süreçlerindeki sorunları gidererek, bir acentemizin belirli bir ürünlerdeki üretimini üç ay içinde 2 milyon TL'den 10 milyon TL'ye çıkarmayı başardık. Bazen başarıyı getiren şey, büyük dönüşümlerden ziyade doğru noktaya yapılan mikro müdahaleler oluyor. Bu müdahalelerin bir kısmını da biz doğrudan gerçekleştiriyoruz. Konuya bu bakış açısıyla yaklaşıyoruz.

Bu bize çok pozitif katkı sağladı. Hem birlikte büyüme hem de büyürken sermaye yapımızı ve bilanço gücümüzü koruyabiliyor olmak çok önemli. Çünkü bütün bu hizmetleri verebilmek için sermayenizin ve nakit yapınızın güçlü olması gerekiyor. En iyi hizmeti verebilmek için de en ileri teknolojilerle çalışmanız lazım. Biz de tam olarak bunu yapmaya çalışıyoruz.

Emeklilik tarafında da ciddi bir büyüme var. Hem sizin şirketin özelinde hem de sektörde genelinde bunu görüyoruz. Siz bu büyümeyi nasıl yorumluyorsunuz?

Emeklilik tarafını ikiye ayırıyorum. Birincisi gönüllü BES tarafı; yani kişilerin kendi tercihleriyle sisteme dahil olduğu yapı. İkincisi ise otomatik katılım sistemi. O da aslında gönüllülük içeriyor ama işverenlerin de sorumluluğu bulunan bir yapı. Özellikle kıymetli madenler tarafındaki gelişmelerle birlikte fonların büyüdüğü bir dönem yaşadık. Bu durum tüm bireysel emeklilik şirketlerine olumlu yansıdı. Bizim farklılaşan tarafımız ise daha önce bahsettiğim sistemleri hayata geçirmiş olmamızdı. Hem bankamızla çalışıyoruz hem acentelerimiz hem de Tarım Kredi Kooperatifleri ile entegre bir yapı kurduk. Onlara çok sade ve kolay kullanılabilir ekranlar tasarladık. Aynı zamanda regülasyonları ve yasal yükümlülükleri yerine getirebilmeleri için dijital tarafı ve çağrı merkezi süreçlerini de oldukça işlevsel hale getirdik. Böylece çok kısa sürede bireysel emeklilik sözleşmesi oluşturabilen bir yapı kurduk. Bu da kendi ölçeğimiz içinde ciddi bir büyüme sağladı. Burada bir haber de vermek isterim. Grup olarak bir portföy yönetim şirketi kuruluş kararı aldık ve bu karar yayımlandı. Umuyorum ki bu yapı ile birlikte fon yönetimini daha güçlü hale getireceğiz.

Bugün bireysel emeklilikte hep katılımcı sayılarından konuşuyoruz ancak bizim odağımız fon tarafını daha güçlü hale getirmek. Sadece Bereket Emeklilik katılım-cıları için değil, tüm katılımcılar için fon getirisi ve fon performansı tarafında daha güçlü bir oyuncu olmayı hedefliyoruz. Bugün de bu alanda iddialyız, yarım çok daha iddialı olacağız. Bugün Türkiye'de emeklilik sistemi açısından hala çok büyük bir fırsat alan olduğunu düşünüyoruz. Bu durum hem politika belgelerinde hem de düzenleyici kurumların açıklamalarında yer alıyor. Özellikle otomatik katılım sistemindeki düzenlemeler, fon tarafındaki yenilikler ve SGK entegrasyonlarının tamamlanmasıyla birlikte; yalnızca gönüllü BES tarafında değil, otomatik katılım tarafında da çok ciddi fırsatlar olduğuna inanıyoruz.

Türkiye'de sigorta ürünleriyle ilgili bir penetrasyon

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

Sigorta
Bilgi ve Gözetim
Merkezi



senCard Games Yaza Merhaba Turnuvası spor ve dayanışmayı buluşturdu

Türkiye'nin önde gelen markalarını sporun birleştirici gücü etrafında buluşturan senCard Games "Yaza Merhaba Turnuvası", bu yıl 43 marka ve 63 takımın katılımıyla gerçekleşti. Plaj voleybolu kategorisinde Şişecam kupanın sahibi olurken, futbol kategorisinde Türk Telekom kupayı kazandı. Katılımcı markaların üst düzey yöneticilerini bir araya getiren "Liderler Maçı" ise Türkiye Omurilik Felçilleri Derneği yararına sosyal faydaya dönüştü.

senCard'ın iş ortaklarını, ekipleri ve sevdikleriyle birlikte spor, dayanışma ve eğlence ekseninde buluşturan kurumsal spor organizasyonu senCard Games "Yaza Merhaba Turnuvası", 20-21 Haziran tarihlerinde İstanbul Büyükşehir Belediyesi Maltepe Spor Tesisleri'nde büyük bir coşkuyla gerçekleştirildi. Altıncı kez gerçekleştirilen turnuvada katılımcılar, plaj voleybolu ve futbol kategorilerinde şampiyonluk için mücadele ederken, organizasyonun temel yaklaşımı olan "rekabetlik" anlayışı öne çıktı. Rekabetin dostluk, dayanışma ve ortak deneyimle buluştuğu turnuva, kurumlar arası iletişimi güçlendiren özel bir buluşma noktası oldu. Etkinlik, Kıvanç Kasabalı ve Burak Hakkı gibi ünlü isimlerin katılımıyla da renklenirken, isimler turnuva boyunca takımlara destek vererek organizasyonun coşkusuna ortak oldu.

43 Marka, 63 Takım ile Büyüyen Bir Spor Buluşması

senCard Games, yalnızca sportif rekabetin yaşandığı bir turnuva olmanın ötesine geçerek çalışan motivasyonunu destekleyen, iş ortakları arasındaki iletişimi güçlendiren ve kurumlara ortak bir deneyim alanı sunan özel bir organizasyon olarak öne çıkıyor. Sağlık, sigorta, bankacılık, finans, otomotiv, teknoloji, telekomünikasyon, gıda, enerji, danışmanlık, eğitim, üretim ve hizmet sektörlerinden markaların katılımıyla gerçekleşen turnuvada

iki gün boyunca heyecan dolu karşılaşmalar oynandı. Takımlar sahada şampiyonluk için mücadele ederken, katılımcılar aynı zamanda sosyalleşme, yeni bağlantılar kurma ve keyifli bir hafta sonu deneyimi yaşama fırsatı buldu. senCard Games Plaj Voleybolu Turnuvası'nın şampiyonu Şişecam olurken, Pegasus turnuvayı ikinci olarak tamamladı. senCard Games Futbol Turnuvası'nda ise kupayı kaldırın takım Türk Telekom oldu; Garanti BBVA ise ikinci olarak organizasyonu tamamladı.

Liderler TOFD Destek Maçı'nda Sayılar Sosyal Faydaya Dönüştü

Turnuvanın en dikkat çekici anlarından biri, katılımcı markaların üst düzey yöneticilerini sahada buluşturan "Liderler Maçı" oldu. Büyük ilgi gören karşılaşma, Türkiye Omurilik Felçilleri Derneği yararına bağışa dönüştürüldü. Sahadaki mücadeleyi sosyal fayda ile buluşturan bu özel maç, sporun yalnızca rekabet değil; dayanışma ve toplumsal katkı için de güçlü bir araç olduğunu bir kez daha ortaya koydu.

"senCard Games, paydaşlarımızla kurduğumuz güçlü bağın sahadaki en güzel tezahürlerinden biri"

Turnuvaya ilişkin değerlendirmelerde bulunan Bupa Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Gürkan, senCard Games'in yıllar içinde bir spor organizasyonunun ötesine geçerek güçlü bir ekosistem buluşmasına dönüştüğünü vurguladı. Gürkan; "senCard Games, paydaşlarımızla inşa ettiğimiz güven ve iş birliği kültürünün sahadaki en güzel tezahürlerinden biri. Her yıl daha fazla kurumun bu heyecana ortak olması, senCard'ın yalnızca hizmet sunan değil, ekosistemiyle birlikte değer üreten bir yapı kurduğunu gösteriyor. Bu yıl 43 marka ve 63 takımın aynı heyecanda buluşması bizler için büyük bir memnuniyet ve iftihar vesilesi. Bu

yıl TOFD'ye desteğe dönüşen "Liderler Maçı" ile turnuvamıza ayrı bir mana da kattık. İş ortaklarımızla aynı sahayı paylaşırken Türkiye Omurilik Felçilleri Derneği yararına toplumsal fayda üretme imkânı bulduk. Topluma değer katmak, Bupa kültürünün ayrılmaz bir parçası. Bu nedenle senCard Games'i önümüzdeki yıllarda da yalnızca kurumları bir araya getiren bir organizasyon olarak değil, sosyal fayda üreten ve daha geniş kitlelere dokunan bir platform olarak geliştirmeyi arzu ediyoruz" dedi.

"Sahadaki enerji, bu organizasyonun neden bu kadar sahiplenildiğini gösteriyor"

senCard Direkt Satış Genel Müdürü Alen Karabetyan ise turnuvanın katılımcı deneyimine ve her yıl zenginleşen etkinlik kurgusuna dikkat çekerek, "senCard Games'in en güçlü taraflarından biri, iki gün boyunca sahada oluşan enerji, samimiyet ve paylaşım duygusu. Takımlarımızın mücadelesi, tribünlerdeki destek, deneyim alanlarındaki etkileşim, sponsorlarımızın katkılarıyla hayata geçen hediyeler, yarışmalar ve gün boyu süren aktiviteler bu organizasyonu klasik bir turnuvanın çok ötesine taşıyor. Her yıl katılımcılarımızdan gelen geri bildirimlerle etkinliği daha kapsayıcı, daha eğlenceli ve daha deneyim odaklı hale getirmeye çalışıyoruz. Bu yıl da yalnızca sahadaki sporcuları değil; çalışanları, aileleri ve çocukları da içine alan çok daha renkli bir atmosfer yarattık. Babalar Günü'ne özel Baba-Çocuk Maçı, küçük misafirlerimiz için hazırlanan yaş gruplarına özel aktivite programları, oyunlar, gösteriler ve sosyal alanlar sayesinde senCard Games herkesin kendine ait bir anı biriktirdiği büyük bir buluşmaya dönüştü. Bu deneyimin oluşmasında katkı sunan tüm sponsorlarımıza, sahada mücadele eden takımlarımıza ve etkinliğin enerjisini büyüten tüm katılımcılarımıza teşekkür ediyoruz" açıklamasında bulundu.



TSB Başkanı Ahmet Yaşar'dan BES, Hayat Sigortası ve COP31 açıklamaları

Türkiye Sigorta Birliği Başkanı Ahmet Yaşar, bireysel emeklilikten hayat sigortalarına, İstanbul Finans Merkezi'nden uluslararası yatırımlara kadar sektörün gelecek hedeflerini açıkladı. 2030 yılı için 50 milyar dolarlık büyüklük hedefi ortaya koyan sektör, sigorta farkındalığının artırılması ve kuruma açıklarının kapatılmasına odaklanıyor.

Türkiye Sigorta Birliği (TSB) Başkanı Ahmet Yaşar, katıldığı canlı yayında sigorta sektörünün gelecek dönem yol haritasına ilişkin önemli açıklamalarda bulundu. Bireysel Emeklilik Sistemi'nin (BES) büyüülmesi için yeni projeler üzerinde çalıştıklarını belirten Yaşar, tamamlayıcı emeklilik sisteminin de önümüzdeki dönemde Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin gündemine gelmesini beklediklerini ifade etti.

BES'te devlet katkısının yüzde 30'dan yüzde 20'ye düşmesinin sektörde ilk etapta olumsuz etki oluşturduğunu belirten Yaşar, bu etkinin yeni satışlarla büyük ölçüde telafi edildiğini söyledi. Enflasyonun sektörü etkileyen temel fak-

törlerden biri olduğunu vurgulayan Yaşar, buna rağmen büyümenin sürdüğünü dile getirdi. BES'in yaygınlaştırılması amacıyla özellikle 45 yaş altı vatandaşlara yönelik otomatik katılım sistemini teşvik edecek çalışmalar yürüttüklerini aktaran Yaşar, çocuklara yönelik bireysel emeklilik sisteminin de özendirilmesi için yeni projelerin hazırlandığını kaydetti.

TSB Başkanı Ahmet Yaşar, hayat sigortalarında Türkiye'nin dünya ortalamasının gerisinde kaldığını söyleyerek bu alandaki penetrasyonun artırılması gerektiğine dikkat çekti. Uluslararası organizasyonlara da değinen Yaşar, COP31'in Ekim ayında Türkiye'de gerçekleştirileceğini hatırlattı. Ayrıca Türk Dünyası Sigorta Birliği'nin dönem başkanlığının bu yıl Türkiye'de olacağını belirterek, geçen yıl Azerbaycan'ın Şuşa kentinde düzenlenen organizasyonun bu yıl Gaziantep'te yapılmasının planlandığını açıkladı. Etkinlik kapsamında yöresel lezzetlerin tanıtılacağını, Göbeklitepe temasının öne çıkarılacağını ve programın Sigorta Haftası kapsamında gerçekleştirileceğini ifade etti.

İstanbul Finans Merkezi'nin sigortacılık açısından daha etkin bir merkez haline gelmesini hedeflediklerini belirten Yaşar, bu kapsamda yabancı ve küresel sigorta şirketleriyle görüşmeler yaptıklarını söyledi. Dubai'de yaşanan bazı gelişmeler nedeniyle uluslararası şirketlerin Türkiye'ye yönelme ihtimalinin bulunduğunu dile getiren Yaşar, Türkiye'nin coğrafi konumu sayesinde Avrupa, Orta Doğu, Asya ve Afrika pazarlarına kolay erişim sağlayabilen stratejik bir ülke olduğunu vurguladı.

Sigorta sektörü için 2030 yılında 50 milyar dolarlık büyüklük hedeflediklerini açıklayan Yaşar, bu hedefe ulaşabilmek için sigorta koruma açıklarının azaltılması, toplumdaki sigorta farkındalığının artırılması ve sektörlle ilgili hukuki süreçlerin daha hızlı sonuçlanmasının büyük önem taşıdığını söyledi. Yaşar, belirlenen hedeflerin hayata geçirilmesi halinde sektörün büyüme hedeflerine ulaşabileceğini ve özellikle gelişim potansiyeli yüksek sigorta branşlarında önemli bir ivme yakalanacağını sözlerine ekledi.



Türkiye Katılım Sigorta, SEDDK Başkanı Davut Menteş ile bir araya geldi

Türkiye Katılım Sigorta Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Servet Bayındır ile Genel Müdür Özgür Öntürk, Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu (SEDDK) Başkanı Davut Menteş'i makamında ziyaret etti.

Türkiye Katılım Sigorta Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Servet Bayındır ile Genel Müdür Özgür Ön-

türk, Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu (SEDDK) Başkanı Davut Menteş'i makamında ziyaret etti.

Özgür Öntürk'ün Genel Müdür olarak göreve başlaması dolayısıyla gerçekleştirilen ziyarette, şirketin gelecek vizyonu doğrultusunda hayata geçirilmesi planlanan proje ve çalışmalar hakkında bilgi verildi.

Görüşmede, katılım sigortacılığı sektörünün gelişimi ile Türkiye Katılım Sigorta'nın stratejik hedefleri ele alınırken, SEDDK Başkanı Davut Menteş'in değerlendirme, görüş ve önerileri paylaşıldı.

Ziyarette ayrıca SEDDK Kurul Üyesi Nevzat Şen, Başkan Yardımcısı Ali Burak Kurtulan ve Katılım Düzenleme Daire Başkanı Şanbaz Yıldırım da yer aldı.

HDI

SİGORTA

Her Anında **DAİMA** YANINDA

hdisigorta.com.tr

HDI Kolay Hat
0850 222 8 434

Web sitemizi ziyaret etmek için QR kodu okutabilirsiniz.



**Selda Çamlıbel
Özkoyuncu**

Türkiye Sigorta Kurumsal
İletişim ve Marka
Yönetimi Direktörü

Türkiye Sigorta, Dijital İtibar Raporu'nda yükselişini sürdürdü

Dijital dünyanın en güçlü markalarını belirleyen Dijital İtibar Raporu'nda Türkiye Sigorta, geçen yıl sigorta sektöründeki liderliğini korurken, Türkiye'nin en büyük markalarının yer aldığı genel sıralamada da 28 basamak yükselerek dikkat çekici bir başarıya imza attı.

Dijital kanallardaki güçlü performansını sürdüren Türkiye Sigorta, 18.45 İletişim Ajansı ve Inbusiness dergisi tarafından hazırlanan "Dijital İtibar Raporu'nda (DİR100)" sektörünün lideri olmaya devam ederken, Türkiye'nin en büyük markalarının yer aldığı genel sıralamada da 28 basamak birden yükselerek 21. sıraya çıktı. Hem sosyal medya hem de diğer dijital mecralardaki verileri kümülatif ve sektörel dağılımlar çerçevesinde ele alan, 2025 yılı sonuçlarını kapsayan Dijital İtibar Raporu, 4. kez yayımlandı. Skor bazı metodolojilerle markaların bulundukları sektörlerde rakiplerine kıyasla dijitaldeki etkinlik düzeyini ortaya koyan Dijital İtibar Raporu oluşturulurken 43,3 milyon veri, 50 sektörden 591 şirket analiz edildi. Veri toplama ve analiz için küresel medya istihbarat ve sosyal analitik platformu Meltwater kullanıldı.

Markaların dijital itibar skoru: "toplam sonuç sayısı", "sosyal medya sonuç sayısı", "web platformları sonuç sayısı", "tekil sonuç sayısı", "tekil kullanıcı sayısı", "pozitif içerik", "negatif içerik", "nötr içerik" ve "tahmini erişim" olmak üzere 9 gösterge temelinde belirlendi. Markalarının dijital itibarını ve başarısını ortaya koyan rapora göre, geçen yıl ortalama skorun 55,62 olduğu sigorta sektöründe 89,90 skoru ile ilk sırada yer alan Türkiye Sigorta, böylece 3 yıl üst üste sektörünün lideri oldu. Türkiye Sigorta, 2025 yılında yüzde 21,4 artışla 222 bin toplam sonuç ve yüzde 50,5 artışla 163 milyon tah-

mini erişime ulaşarak sigorta sektöründe dijital itibarı en yüksek marka olmayı sürdürdü. Türkiye Sigorta, sadece sektöründeki liderliğini korumakla kalmadı; Türkiye'nin en büyük markalarının yer aldığı genel sıralamada da 28 basamak yükselerek 21. sıraya çıktı ve dijital itibarını sektör sınırlarının ötesine taşıdığını ortaya koydu.

"Bu sonuç, paydaşlarımızla kurduğumuz güçlü iletişimin ve uzun vadeli güven ilişkisinin bir yansıması"

Dijital İtibar Raporu'nda üst üste 3. kez sektör lideri olmanın son derece kıymetli olduğunu ifade eden Türkiye Sigorta Kurumsal İletişim ve Marka Yönetimi Direktörü Selda Çamlıbel Özkoyuncu, elde edilen başarıya ilişkin değerlendirmesinde, şunları ifade etti: "Bu sonucu sadece dijital kanallardaki görünürlüğümüzün değil, paydaşlarımızla kurduğumuz güçlü iletişimin ve uzun vadeli güven ilişkisinin bir yansıması olarak görüyoruz. Türkiye Sigorta olarak müşterilerimizden iş ortaklarımıza, çalışanlarımızdan kamuoyuna kadar tüm paydaşlarımızla açık, anlaşılır ve istikrarlı bir iletişim kurmaya özen gösteriyoruz. Dijital mecraları da yalnızca bilgi paylaşımı yaptığımız platformlar olarak değil, paydaşlarımızın beklentilerini daha iyi anlayabildiğimiz ve onlarla etkileşim kurabildiğimiz önemli bir alan olarak değerlendiriyoruz. Genel sıralamada 28 basamak yükselerek 21. sıraya çıkmış olmamız ise marka yönetimi ve iletişim alanında ortaya koyduğumuz çalışmaların karşılık bulduğunu göstermesi açısından ayrıca anlamlı. Önümüzdeki dönemde de paydaşlarımızla kurduğumuz ilişkiyi daha da güçlendirmeye, dijital iletişim alanındaki yetkinliklerimizi geliştirmeye ve marka değerimizi ileri taşımaya devam edeceğiz."



**Zeynep
Eröktem**

Aksigorta Müşteri Hasar
Yönetimi ve Hukuk Genel
Müdür Yardımcısı

Hasar bildirimi artık cepte: Aksigorta Mobil ile pratik çözüm

Aksigorta, hasar anında sunduğu dijital çözümlerle müşterilerinin yanında olmaya devam ediyor. Aksigorta Mobil üzerinden sunulan hasar ihbar hizmeti sayesinde sigortalılar, bildirimlerini hızlı ve kolay bir şekilde oluşturabiliyor; gerekli bilgi ve belgeleri, IBAN dahil olmak üzere, doğrudan sisteme yükleyerek işlemlerini dakikalar içinde tamamlayabiliyor.

Aksigorta Mobil; hasar süreçlerinden sağlık hizmetlerine, konum bazlı çözümlerden yapay zekâ destekli dijital asistana kadar uzanan geniş hizmet yelpazesiyle sigortacılık deneyimini uçtan uca dijitalleştiriyor. Bu bütünsel yapının önemli bir parçası olan mobil hasar ihbar süreci, sigortalıların en kritik anda işlemlerini zahmetsizce başlatmasına imkân tanıyor.

Mobil uygulama üzerinden ilerleyen bu yapı sayesinde hasar ihbar sürecinin ilk adımı önemli ölçüde sadeleşirken, dosya açılış süreleri de belirgin biçimde kısalıyor. Geleneksel süreçlerde zaman kaybına yol açabilen belge toplama, bilgi tamamlama ve başvuru akışını netleştirmeye gibi adımlar, dijital ortamda daha düzenli ve kullanıcı dostu bir şekilde yönetiliyor. Böylece sigortalılar, hasar ihbar sürecinin ilk adımı önemli ölçüde sadeleşirken, dosya açılış süreleri de belirgin biçimde kısalıyor. Geleneksel süreçlerde zaman kaybına yol açabilen belge toplama, bilgi tamamlama ve başvuru akışını netleştirmeye gibi adımlar, dijital ortamda daha düzenli ve kullanıcı dostu bir şekilde yönetiliyor. Böylece sigortalılar, hasar ihbar süreci, operasyonel açıdan da önemli katkılar sağlıyor. Bilgi ve belgelerin eksiksiz ve hızlı şekilde sisteme aktarılması, hasar dosyalarının daha kısa sürede açılmasına olanak tanırken, sürecin sonraki aşamalarının da daha etkin ve düzenli ilerlemesini destekliyor.

Konuyla ilgili değerlendirmede bulunan Aksigorta Müşteri Hasar Yönetimi ve Hukuk Genel Müdür Yardımcısı Zeynep Eröktem, "Aksigorta'da dijitalleşmeyi, müşteriye temas ettiğimiz her noktada hız, şeffaflık ve tutarlılık temanın bir deneyim unsuru olarak konumlandırıyoruz. Bu nedenle teknoloji yatırımlarımızı müşteri deneyimi, veri analitiği ve dağıtım kanallarıyla entegre çalışan bütüncül bir yapı üzerine kuruyoruz. Hasar anı ise bu yaklaşımın en kritik temas noktalarından biri. Müşterilerimizin çoğu zaman belirsizlik ve hızlı aksiyon alma ihtiyacını aynı anda yaşadığı bu hassas süreçte, ilk adımın kolay, anlaşılır ve güven veren bir deneyime dönüşmesi bizim için büyük önem taşıyor. Aksigorta Mobil üzerinden sunduğumuz hasar ihbar hizmeti de bu bakış açımızın güçlü bir yansıması. Müşterilerimizin hasar bildirimlerini kolayca oluşturabilmesi, gerekli bilgi ve belgeleri doğrudan sisteme aktarabilmesi ve süreci minimum eforla başlatabilmesi, hasar yönetimini daha akıcı ve öngörülebilir hale getiriyor. Önümüzdeki dönemde de teknolojiyi müşterilerimizin hayatını kolaylaştıran ve süreçleri sadeleştiren çözümlere dönüştürmeye devam edeceğiz" dedi.

Aksigorta Mobil ile sunulan bu deneyim, süreci yalnızca dijitalleştirmekle kalmıyor; aynı zamanda daha sade, akıcı ve kolay yönetilebilir bir yapıya dönüştürüyor. Kullanıcıyı gereksiz adımlarla yormayan, ihtiyaç duyduğu yönlendirmeyi doğru anda sunan bu yaklaşım, müşteri deneyimini güçlendiriyor.

HER KOŞULDA YANINIZDA OLAN DESTEK

Bereket Ailem Ferdi Kaza Sigortası ile kaza nedeniyle oluşabilecek yaşam kaybı ve sürekli sakatlık risklerine karşı kendinize sevdiğinizize maddi güvence sağlarken, zor anlarınızda ihtiyaç duyacağınız ücretsiz çekici ve çilingir hizmeti avantajlarından faydalanabilirsiniz.



BEREKET
SİGORTA **b**



Yavuz Ölken
AXA Türkiye CEO'su

AXA Türkiye, Sigorta Aracıları Zirvesi'nde sektörün geleceğine ilişkin vizyonunu paylaştı. Yapay zekadan sürdürülebilirliğe, önleyici sigortacılıktan müşteri deneyimine kadar sektörün dönüşüm başlıklarının ele alındığı zirvede AXA Türkiye yöneticileri, 2030'a giden yolda sigortacılığın yeni odağının empati, önleme ve dayanıklılık olacağı mesajını verdi.

AXA Türkiye, desteklediği Sigorta Aracıları Zirvesi'nde sigortacılığın geleceğini şekillendirecek stratejik başlıkları sektör temsilcileriyle paylaştı. İki gün süren oturumlarda; acenteliğin dönüşümü, hayat sigortaları ve bireysel emeklilik, yapay

zeka, büyük veri, sürdürülebilirlik, kurumsal risk yönetimi ve önleyici sigortacılık gibi sektörü doğrudan etkileyecek kritik konular masaya yatırıldı.

Zirvenin açılışında ve farklı oturumlarında konuşan AXA Türkiye CEO'su Yavuz Ölken, sektörün hızla 2030'un dünyasına hazırlanması gerektiğinin altını çizdi. Ölken, sigortacılığın önümüzdeki yıllarda alışılmış kalıpların ötesinde, büyük bir dönüşüm yaşayacağını vurguladı.

"Sektör Olarak Fabrika Ayarlarınıza Dönmemiz Gerek"

Dünyadaki gelişmelerin sigortacılığın iş yapış biçimlerini yeniden

tanımladığını ifade eden Ölken, artık yalnızca gerçekleşen hasarları karşılamanın yeterli olmayacağını belirterek şunları söyledi: "Riskler değişiyor, müşteri beklentileri dönüşüyor ve teknoloji iş yapış biçimlerimizi yeniden tanımlıyor. Önümüzdeki dönemde sektörümüzü bekleyen en büyük risk, bu değişimlerin hızını hafife almak olacaktır. Geleceğin rekabetini yalnızca fiyatlama üzerine kurguladığımızda kaybeden taraf oluruz. Gerçek rekabet; müşteriye ve acenteye daha iyi anlamak, riskleri daha doğru değerlendirmek üzerine kurulmalıdır."

Sigortacılığın sezonluk indirim odaklı yapıdan uzaklaştırmak gerektiğini ifade eden Ölken, sözlerine şöyle

AXA Türkiye'den sektöre 2030 mesajı: Sigortacılıkta yeni dönem başlıyor

devam etti: "Toplam maliyetleri düşüren, verimliliği artıran ve müşterilerimize daha erişilebilir çözümler sunan bir sektör yapısına ihtiyacımız var. Bu yüzden sektör olarak fabrika ayarlarımıza dönmeliyiz. Bizim fabrika ayarlarımız; müşteriye anlamakla başlar, riski doğru değerlendirmekle, acenteyi güçlendirmekle ve sürdürülebilir fiyatlama disipliniyle şekillenir. AXA Türkiye olarak Empati Güvencesi yaklaşımımızı önleyici sigortacılık anlayışıyla birleştiriyor. Adaptif Sigortacılık 2030 vizyonumuzla geleceğe hazırlanıyoruz. Çünkü gelecekte değer yaratacak olan, yalnızca gerçekleşen kayıpları karşılayan değil; hayatı koruyan, riskleri öngören ve dayanıklılığı artıran sigortacılık modelidir."

"Yapay Zeka ve Veri, Yeni Dönemin Belirleyicileri Olacak"

Zirvenin dijitalleşme ve veri odaklı müşteri yönetimi başlıklı oturumlarında, yapay zeka ve büyük verinin sigortacılıkta karar alma süreçlerindeki etkisi ele alındı. AXA Türkiye Satış, Kurumsal İletişim ve Sağlık Başkanı Sanem Çingay Buçukoğlu: "Önümüzdeki dönemde fark yaratacak olan unsur, toplanan veriyi daha anlamlı müşteri deneyimlerine dönüştürebilmek olacak. Yapay zeka bize güçlü araçlar sunuyor; ancak müşteri güvenini inşa eden temel değerler hâlâ şeffaflık, tutarlılık ve uzun vadeli ilişki kurabilme becerisidir. Teknolojinin sağladığı hız ve verimliliği, "Empati Güvencesi" yaklaşımımızı da arkamıza alarak müşterilerimizin ihtiyaçlarını anlayan insani bir yaklaşımla birleştirmek büyük önem taşıyor." dedi.

Sigortacılığın tarihsel olarak her zaman veri odaklı bir sektör olduğunu belirten AXA Türkiye Büyüme Stratejileri, Müşteri ve Dijital Platformlar Direktörü Aylin Akınlı Kaya ise bugün yaşanan değişimin verinin uzmanlığı daha da güçlü kıldığı yeni bir karar alma modeli olduğunu şu sözlerle ifade etti: "Müşteri yaşam döngüsünün neredeyse her aşamasında veri artık belirleyici bir rol oynuyor. Burada asıl güç, verinin mevcut deneyim ve uzmanlığı desteklemesinden geliyor. Veri bize ne olduğunu ve ne olabileceğini gösterirken; deneyim ve uzmanlık ise bu bilgiyi doğru bağlama oturarak anlamlı kararlar almamızı sağlıyor."

"Acenteler için Yeni Büyüme Alanları Oluşuyor"

Hayat sigortaları ve bireysel emeklilik sisteminin acenteler açısından önemli fırsatlar sunduğunu belirten AXA Hayat ve Emeklilik Başkanı Selçuk Adıgüzel ise, sigortacılığın giderek yaşam boyu ilişki yönetimine dönüştüğünü ifade etti: "Hayat ve BES tarafı acenteler için müşteri bağlılığını artıran ve sürdürülebilir geliryaratan önemli bir büyüme alanı. Gelecekte acentelerin yalnızca finansal satan değil, müşterilerinin yaşam yolculuğuna eşlik eden danışmanlar haline gelecek."

"Dayanıklılık ve Sürdürülebilirlik Yeni Rekabet Alanı"

Kurumsal risklerin giderek daha karmaşık hale geldiğini belirten AXA Türkiye Teknik Başkanı Barış Altın, gelecekte risk yönetiminin şirketlerin rekabet gücünün önemli bir

parçası olacağını vurguladı: "İklim riskleri halen ani olmasına rağmen beklenmedik olmaktan çıktı, tüm geçmiş istatistiklerden farkı süreçler ve hasarlar yaşıyoruz. Bunlar hem sigortalı hem de sigortacı tarafında önlem alınabilecek konuları da içeriyor. Bu nedenle önleyici sigortacılığı süreçlerimizin en önemli parçası yapıyoruz."

"Sigortacılığın Geleceği Sürdürülebilirlik Ekseninde Şekilleniyor"

Sürdürülebilirliğin bir gündem maddesi olmaktan çıkıp iş modelinin merkezine yerleştiğini vurgulayan AXA Türkiye Uluslararası İş Geliştirme ve Yeşil Yatırımlar Direktörü Seda Bora Arkan ise dönemi şu sözlerle özetledi: "Geleceğin sigortacılığı yalnızca finansal güvence sunan bir yapı olmayacak. Risk yönetimi, dayanıklılık ve sürdürülebilirlik sektörün merkezine yerleşecek. Gelecekte başarı, hasar sonrasındaki performansla birlikte risk gerçekleşmeden önce yaratılan değerle de ölçülecek."

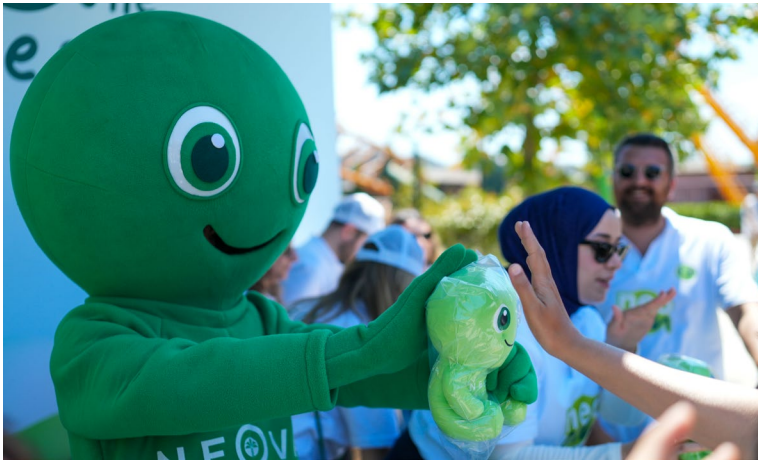
Sigorta Aracıları Zirvesi'nde ortaya konulan vizyon; sektörün ilerleyen dönemde daha veri odaklı, daha önleyici, daha sürdürülebilir ve müşteri ihtiyaçlarına daha duyarlı bir yapıya evrileceğine işaret ederken AXA Türkiye, Empati Güvencesi yaklaşımıyla bu büyük dönüşümün merkezinde yer almaya devam edeceğini bir kez daha vurguladı.



Neova Sigorta, NeoCan ile çocuklara sigorta bilincini aşıladı

Neova Sigorta, karne dönemine özel hayata geçirdiği çalışmayla çocukları NeoCan karakteriyle buluşturdu. Viadland Tema Park'ta gerçekleştirilen etkinlikte çocuklara hediye edilen NeoCan oyuncakları ve beraberindeki güvence sertifikalarıyla, sigortanın temel mantığı çocukların dünyasına uygun, somut ve deneyimlenebilir bir model üzerinden anlatıldı.

Sigorta sektörünün önde gelen şirketlerinden Neova Sigorta, karne dönemine özel kurguladığı bu çalışmayla çocukların sevincine ortak olurken, güvence kavramını da erken yaşta tanıtmayı amaçladı. Etkinlik kapsamında karne heyecanı yaşayan çocuklara NeoCan oyuncakları ve özel bir güvence sertifikası sunuldu. Sertifikada, NeoCan'ın bir yıl boyunca Neova Sigorta güvencesinde olduğu bilgisi yer alırken, bu süre içinde oyuncakta oluşabilecek hasarlarda yenileme imkanı sağlandı. Çalışmanın daha geniş kitlelere ulaşması amacıyla dijital kanallar ve Neova Bölge Müdürlükleri aracılı-



ğıyla da başvuru alınarak bu güvence deneyimi yaygınlaştırıldı.

NeoCan üzerinden sigorta bilinci desteklendi

Çalışmanın merkezinde yer alan NeoCan karakteri, "korunan" bir figür olarak kurgulandı. Çocuklara verilen oyuncak ve beraberindeki sertifikayla sigortanın temel işlevi, onların dünyasında karşılık bulan somut bir örnek üzerinden anlatıldı. Böylece çocuklar güvence kavramını yalnızca duyan değil, deneyimleyen bir sürecin parçası oldu. Neova Sigorta bu çalışmayla yalnızca çocuklara değil, ebeveynlere de temas etmeyi hedefledi. Ailelerin sürece dahil edilmesiyle sigortaya ilişkin farkındalığın ev içinde güçlenmesi ve dijital kanallar üzerinden doğrudan temas kurulması amaçlandı.

Saha ayağıyla daha geniş etki

Kampanya yalnızca etkinlik alanıyla sınırlı kalmadı. Neova Sigorta, bölge müdürlükleri ve acenteleri aracılığıyla karne heyecanı yaşayan çocuk-

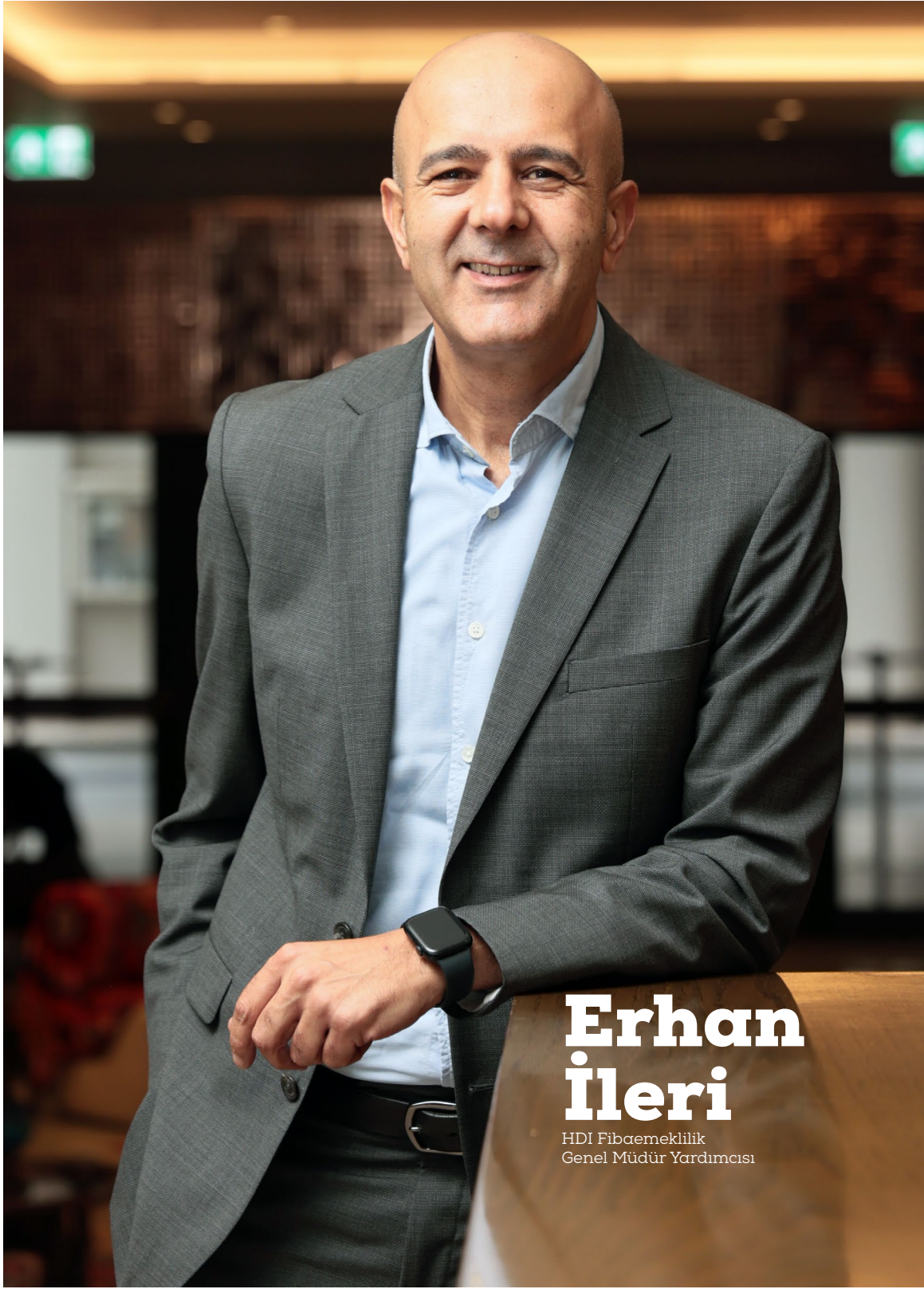
lara NeoCan hediyeleri ulaştırarak çalışmanın etki alanını genişletti. Böylece sigorta bilincini destekleyen bu özel çalışma hem dijital hem saha kanallarında karşılık bulan çok yönlü bir iletişim modeli haline geldi.

"Sigorta bilinci erken yaşlarda başlayan bir farkındalıkla mümkün"

Neova Sigorta Genel Müdürü Neslihan Neciboğlu, çalışmaya ilişkin değerlendirmesinde şunları söyledi: "Sigorta bilincinin toplumda daha güçlü yer edinmesinin, erken yaşlarda başlayan bir farkındalıkla mümkün olduğuna inanıyoruz. Karne dönemine özel hayata geçirdiğimiz bu çalışmayla çocukların sevincine ortak olurken, güvence kavramını onların dünyasına uygun, sıcak ve anlaşılır bir deneyim üzerinden anlatmayı amaçladık. NeoCan'ın çocuklarla buluşması bizim için yalnızca bir hediye değil; ailelerin de dahil olduğu, güven duygusunu merkeze alan anlamlı bir farkındalık çalışması oldu."

Hayat Şaşırtırsa
memnuniyetin
SIGORTASI
NEOVA





Erhan İleri
HDI Fibaemeklilik
Genel Müdür Yardımcısı

HDI Fibaemeklilik GMY Erhan İleri'den 18 yaş altı BES vurgusu

Sigorta Postası'na özel konuşan HDI Fibaemeklilik Genel Müdür Yardımcısı Erhan İleri, bireysel emeklilik sisteminde özellikle 18 yaş altı BES'in önemine dikkat çekerek, erken yaşta sisteme dahil olmanın uzun vadede büyük avantaj sağladığını söyledi. BES'te fon yönetiminden dijitalleşmeye, yapay zekâ kullanımından sosyal sorumluluk projelerine kadar birçok konuda değerlendirmelerde bulunan İleri, "Tasarruf bilinci artık çok daha erken yaşta oluşuyor" dedi.

Türkiye Sigorta Birliği (TSB) Başkanı Ahmet Yaşar, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) Genel Başkanı Bendevi Palandöken'in trafik ve kasko sigorta Sigorta Postası'na özel konuşan HDI Fibaemeklilik Genel Müdür Yardımcısı Erhan İleri, bireysel emeklilik sisteminde özellikle 18 yaş altı BES'in önemine dikkat çekerek, erken yaşta sisteme dahil olmanın uzun vadede büyük avantaj sağladığını söyledi. BES'te fon yönetiminden dijitalleşmeye, yapay zekâ kullanımından sosyal sorumluluk projelerine kadar birçok konuda değerlendirmelerde bulunan İleri, "Tasarruf bilinci artık çok daha erken yaşta oluşuyor" dedi.

Öncelikle kendinizi tanıtabilir misiniz? HDI Fibaemeklilik bünyesindeki sorumluluk alanlarınızdan kısaca bahsedebilir misiniz?

Sigorta sektöründeki süremi hesaplamam benim için oldukça kolay, tam 2000 yılında başladım ve şu anda sektördeki 26. yılımın içerisindeyim. HDI Fibaemeklilik'te satış, pazarlama ve müşteri hizmetlerinden sorumluyum. Satış kanallarımız içerisinde ağırlıklı olarak brokerlar, acenteler ve bankasürans (banka sigortacılığı) kanalı yer alıyor. Bu üç birime birden bakmanın getirdiği yoğun bir tempo olsa da işleri bütünsel olarak yönetme şansına sahibiz. Müşteri tarafında satışa giderken, pazarlama, satış ve satış sonrası hizmetleri tek bir ekip olarak birleştirdiğimizde, HDI Fibaemeklilik adına tek bir noktadan, aynı bakış açısıyla daha bütüncül ve senkronize bir hizmet sunabiliyoruz.

Türkiye'de bireysel emeklilik sisteminin (BES) son yıllardaki büyümesini nasıl değerlendiriyorsunuz? Katılımcı sayısındaki artışın arkasındaki en önemli faktörler sizce neler? BES'te fon yönetimi nedir ve nasıl olmalı sizce?

Geldiğimiz son noktadan başlayacak olursak, bugün Gönüllü BES tarafında 10 milyonu aşkın katılımcı ve 2 trilyon TL'nin üzerinde bir fon büyüklüğü mevcut. Otomatik Katılım Sistemi (OKS) tarafında ise 8 milyona yakın katılımcıyla 150 milyar TL civarında bir fon büyüklüğüne ulaştık. Rakamlara baktığımızda sistemdeki asıl kırılma yılının 2020, yani pandemi ve pandemi sonrası dönem olduğunu görüyoruz. Pandemiyle birlikte hane halkında tasarruf ihtiyacı ve bilinci çok daha fazla hissedilir oldu. Tabii bu süreçte BES fonlarının rekabetçi getiriler sunması ve katılımcıların bu yüksek getirileri net bir şekilde fark etmesi de büyümede ciddi bir itici güç oldu.

Mevcut ekonomik konjonktürde enflasyonist baskı, satın alma gücündeki değişimler ve gelecek kaygısı gibi nedenler tasarruf bilincini ön plana çıkarıyor. Eskiden BES'in çok sade bir tanımı vardı, Sisteme girersiniz, minimum 10 yıl katkı payı ödersiniz ve 56 yaşını tamamlayınca emeklilik hakkı kazanırsınız. Ancak bugün bu davranış biçimi evrildi. Katılımcılar sistemi sadece emeklilik için değil, çocuklarının eğitimi, gelecekteki konut alımı veya finansal bir market içerisindeki uzun vadeli, avantajlı bir yatırım ürünü olarak görmeye başladı.

Sistemde çok zengin bir fon evreni var. Biz HDI Fibaemeklilik olarak 15 farklı portföy yönetim şirketiyle çalışıyor ve 45'in üzerinde emeklilik fonu yönetiyoruz. BEFAS tarafına baktığımızda ise katılımcının kendi risk grubuna ve beklentisine göre seçebileceği gümrüsten altına, yurt dışı hisse senetlerine kadar 350'ye yakın fon alternatifini buluyor. Ayrıca sistem, fonlar üzerindeki stopaj avantajıyla uzun vadeli yatırımcılar için benzersiz bir finansal koruma alanı yaratıyor. Türkiye'de hane halkının tasarruf edilebilir geliri maalesef gelişmiş ülkelerin altında. Avrupa'da bu oran %15 civarındayken Türkiye'de %10 seviyelerinde ve nominal olarak satın alma karşılığı

daha geride. Bu kısıtlı tasarrufları BES bünyesinde büyütmeyen en önemli anahtarı ise doğru fon yönetimidir. Şu anda bir katılımcının sektör içerisine baktığımızda bir yıl içerisindeki fonda dağılım değişikliği oranı %12 civarında. %12 civarında bir katılımcı aklında burada bir fonda dağılım değişikliği yapmış. Bunun özellikle uzun vadeli bir yatırımda ve değişen piyasa koşulları içerisinde biraz daha artması gerekiyor.

Türkiye'de 18 yaş altı Bireysel Emeklilik Sistemi'nin uygulanmaya başlamasından bu yana geçen süreyi sektör açısından nasıl değerlendiriyorsunuz? Beklenen büyüme ivmesi yakalandı mı?

18 yaş altı BES tarafında şu anda sektöre giren her 6 katılımcıdan bir tanesi 18 yaş altı. 18 yaş altına girişi hem sektör olarak hem şirket olarak uzun vadede sermaye birikimi içinde çok önemsiyoruz. Bugün 18 yaş altına baktığımızda ağırlıklı olarak 0-10 yaş grubunun daha bir yoğunluğu olduğunu görüyoruz. Güzel taraflardan bir tanesi devam oranları da oldukça yüksek.

Ebeveynler 18 yaş altına katkı payı yatırdığında buradaki devam oranları gönüllü BES'e göre daha yüksekte gidiyor. Ama en önemli nokta şu, 18 yaşına geldiğinde çocuklarımızın eğitim ihtiyacı olabilir, ileride işe girdi, bir konut edinimi olabilir veya hatta da erkek katılımcı gençlerimizin askerlikle ilgili bir finansal ihtiyacı olabilir. Finansal ihtiyaçları için aklında bugünden bir sermaye birikimi sağlıyor. Bu noktada burada küçük katkı payları da olsa, sisteme başlamak, erken girmek çok çok değerli.

Ebeveynlerin çocukları için tasarruf yapma bilincinde 18 yaş altı BES ile birlikte nasıl bir değişim gözlemliyorsunuz? Devlet katkısı ebeveynlerin yönelmesinde ne kadar belirleyici? Mevcut ekonomik konjonktürde ailelerin uzun vadeli tasarruf araçlarına yaklaşımı nasıl şekilleniyor? 18 yaş altı BES'e olan güven ve ilgi hangi seviyede?

En dikkat çekici gözlemimiz şu, 18 yaş altı sözleşmelerin sistemde kalma ve devam oranları, yetişkinlerin gönüllü BES'ine göre çok daha yüksek. Ebeveynler, çocuklarının geleceği söz konusu olduğunda ekonomik dalgalanmalardan bağımsız olarak bu tasarrufa çok daha sıkı sadık kalıyor.

Devlet katkısı ise sistemin genelinde olduğu gibi bu segmentte de çok güçlü bir motivasyon aracı. Devlet katkısı oranımız bildiğiniz gibi %20 olarak güçlü bir şekilde devam ediyor. Devlet katkısının kademesi hak ediş süreleri var, tamamını emeklilik hakkı kazanınca alıyorsunuz ancak 10 yıldan sonra %60'ını hak ediyorsunuz. Bu %60'lık oran 18 yaş altı çocukların ebeveynleri için ciddi bir motivasyon. Örneğin 0 yaşında sisteme giren bir çocuk, 18 yaşına geldiğinde zaten devlet katkısının %60'ını doğrudan hak etmiş oluyor.

"En önemli motivasyon aklında tasarruf ihtiyacının hissedilmesi" Devlet katkısı burada bir motivasyon olsa da aklında bu sözleşmeye başlamada hem 18 yaş altı hem gönüllü BES için en önemli motivasyon aklında tasarruf ihtiyacının hissedilmesi. Tasarruf ihtiyacının hissedilmesiyle beraber bireysel emeklilik sözleşmesine yatırılan katkı payları uzun vadede gelecekte her katılımcı için bir değer atfediyor. Aklında o motivasyon sistemi içerisine girmeyi sağlayan, sistemde büyüme sağlayan da yatırılan katkı payının karşılığının getir olarak gözüktüyor olması. Bu noktada katılımcılar istedikleri bir yatırım fonunu veya yatırım araçlarına girdiklerinde, yatırım yapabildiklerinde bunu getiri olarak gördüklerinde burada da süre olarak zaman içerisinde devam etme motivasyonu daha çok artıyor. İkinci bir grup da var, bunlar da yatırımcı grubu. Aklında bireysel emeklilik sisteminin tamamını bir yatırım enstrümanı olarak görüyor. Buradaki en önemli nokta stopaj avantajı ve bireysel emeklilik fonlarının gerçekten de getiri olarak birçok beklentiye cevap verebiliyor olması diyebilirim.

Bu segmentte sizi rakiplerinizden ayıran temel hizmetler veya sunduğunuz özel avantajlar nelerdir?

HDI Fibaemeklilik olarak 18 yaş altı kategorisinde tasarladığımız "Gelecek Net Planı" ile rakiplerimizden çok net bir şekilde ayrışıyoruz. Bu plandaki en büyük motivasyonumuz ve değer ölçtüğümüz, giriş aidatının olmaması ve düzenli ödeme yapıldığı sürece hiçbir kesintinin uygulanmamasıdır. Sisteme giriş katkı payı barajını da oldukça makul bir seviyede, 500 TL civarında tuttuk.

18 yaş altı BES katılımcılarında ortalama aylık katkı payı ve tasarruf eğilimleri hakkında genel bir tablo paylaşabilir misiniz?

Bireysel Emeklilik Sistemi'nin genelinde gönüllü BES'teki ortalama aylık katkı payı şu an sektörde genelinde 2.700 TL civarında seyrediyor. Tabii bu rakam il bazında değişiyor; İstanbul ve İzmir bu ortalama biraz daha önde yer alıyor. 18 yaş altı segmentine özel olarak baktığımızda ise aylık katkı payı ortalamlarının 1.200 - 1.300 TL civarında şekillendiğini görüyoruz. Tasarruf eğilimi olarak aileler bütçelerine göre düzenli ve istikrarlı ödemeler yapmaya oldukça yatkınlar. 18 yaş altı BES'te en önemli belki de son dönemde ortaya çıkan, bizim de şirket olarak hayata geçireceğimiz noktalardan bir tanesi Hediye BES. 18 yaş altı BES katılımcısının anne veya babası ödeme yapıyor. Ama bu ödemelere de özellikle dedesinin, amcasının, halasının katkı payı ödeyeceği, bayramlarda orayı destekleyebileceği Hediye BES / Hediye Ödeme noktasında da teşvikleri artırarak buranın büyüklüğünü daha da çok artıracaktır.

Sisteme dahil olan çocukların yaş dağılımına baktığımızda daha çok hangi yaş grubunda yoğunluk görüyorsunuz? Ebeveynler çocuklarının hangi döneminde sisteme girmeyi tercih ediyor?

Sisteme giriş tarafında ebeveynlerin konsantrasyonu çocukların erken döneminde, yani "0 yaş" anında başlıyor. Yoğunluk net bir şekilde 0-7 yaş grubunda. Toplam 18 yaş altı portföyümüzün yaklaşık %25-30'u bu yaş aralığında toplanıyor. Çocuk büyüyüp yaş ilerledikçe okul giderlerinin artması veya "nasılsa ileride kendisi de yapabilir" düşüncesiyle sisteme yeni giriş adetleri biraz düşüyor.

Ailelerin sisteme katılımını kolaylaştırmak adına dijital kanallarınızda ne gibi yenilikler veya kolaylıklar sundunuz?

Dijitalleşme bizim şirket olarak asıl varlık sebebiz. Kurulduğumuz günden beri tüm süreçlerde dijitalleşmeyi hep ön planda tuttuk. HDI Fibaemeklilik olarak temas ettiğimiz tüm kanallarda, kendi web sitemiz, mobil uygulamamız, entegre çalıştığımız bankaların mobil şubeleri ya da web sitemizdeki chatbot'umuz üzerinden sözleşme başlatmak yalnızca 1 dakikalık son derece basit ve kağıtsız bir süreçtir. Yapay zeka destekli araçlarımızla buralara erişimi daha da kolaylaştırıyoruz. Müşterinin kendi yaşamsal ihtiyaçlarına göre hem BES hem de risk/hayat sigortası ürünlerini tek bir platformdan uçtan uca alabileceği dijital yapılar üzerinde çalışıyoruz.

Sisteme dahil olan çocuklar 18 yaşına geldiklerinde bireysel olarak devam edebilme imkânına sahip oluyor. Bu geçiş sürecinde katılımcıların sistemde kalmasını teşvik etmek adına nasıl bir strateji izliyorsunuz?

Bizim gözlemlerimize göre gençler paralarını ve geleceklerine ebeveynlerinden daha çok sahip çıkıyorlar, şu anki Z ve Alfa kuşağında beklendiğimizden çok daha yüksek bir yatırım bilinci var. Borsayı, döviz ve dijital varlıkları çok sıkı takip ediyorlar. 18 yaşını doldurup hakları devraldıklarında sistemden kitlesel bir çıkış eğilimi görmüyoruz. Buradaki en büyük teşvik ve stratejimiz mevzuatın sunduğu yeni esneklikler. Artık "kısmi çekiş" hakkı sayesinde gençler evlilik veya konut edinimi gibi büyük ihtiyaçlarında sistemden tamamen çıkmak zorunda kalmadan içeriden nakit çekebiliyorlar. Ayrıca BES sözleşmelerini bir bankaya

AXA Dijital Sağlık Sigortası ile Tanışın, Uzaktan Dijital Muayene Kolaylığını Yaşayın

Koç Healthcare iş birliğiyle geliştirilen AXA Dijital Sağlık Sigortası; Amerikan Hastanesi ve Koç Üniversitesi Hastanesi doktorlarıyla 6 farklı branşta randevulu online muayene imkanı sunuyor. Sağlığınızı her an her yerden ulaşabileceğiniz dijital çözümlerle güvence altına alın, yatarak tedavilerde anlaşmalı hastanelerde limitsiz teminatın avantajını yaşayın.

- Dahiliye
- Dermatoloji
- Göğüs Hastalıkları
- Kardiyoloji
- Kulak Burun Boğaz
- Pediyatri

Yeni ve mevcut tüm poliçelerde; çeşitli network seçenekleriyle.

Detaylı bilgi ve hızlı teklif almak için web sitemizi ziyaret edebilirsiniz.

axasigorta.com.tr • AXA Sigorta A.Ş. Acenteleri

Sigorta dünyası

V. Uluslararası Sigorta Fuarı ve Kongresi kapsamında

WOW İstanbul Hotel’de
buluşuyor!

SİGORTA FUARI
SEKTÖR İŞ BİRLİĞİ FUARI VE KONGRESİ



HDI Fibaemeklilik’te sosyal sorumluluk projeleri kurum stratejisinin neresinde duruyor? HDI Fibaemeklilik olarak meme kanseri farkındalığı gibi sosyal projelere bakışımız nedir? Tasarruf alışkanlığını sadece ebeveynlere değil, çocuklara da kazandırmak adına yürüttüğünüz eğitim, farkındalık veya sosyal sorumluluk projeleri bulunuyor mu? Bu projeler şirket kültürünü nasıl etkiliyor?

Sosyal sorumluluk, HDI Fibaemeklilik için kurumsal stratejinin tam merkezinde, sürdürülebilirlik ilkelerimizin ayrılmaz bir parçası olarak duruyor. Özellikle kadın sağlığı ve meme kanseri farkındalığı gibi hayati konularda uzun yıllardır aktif projeler yürütüyor, farkındalık sponsorlukları ve özel sigorta ürünlerimizle kadınların yanında yer alıyoruz. Topluma değer katmayı bir kurumsal ödev olarak görüyoruz.

Tasarruf tarafında ise bilincin çocuk yaşta başladığına inanıyoruz. Bu amaçla, yaklaşık iki yıl önce dijital mecralarda ve YouTube’da başlattığımız "BES’ini Fonla Büyüt" serimizle çok değerli ekonomistleri konuk ederek tasarrufu, yatırım ve fon yönetimini herkesin anlayacağı dille, en yalın haliyle anlatıyoruz. Çocuklara finansal okuryazarlık aşılama yönelik içerikler üretiyoruz. Bu projeler içerideki ekiple-
rimizin işe olan bağlılığını, ortak bir amaca hizmet etme motivasyonunu ve dolayısıyla şirket kültürümüzü inanılmaz derecede olumlu etkiliyor ve bizi kenetliyor.

Bu çalışmalarda sizi kişisel olarak motive eden şey nedir?

Beni kişisel olarak en çok motive eden şey, insanların hayatlarına dokunabilmek ve onların gelecek güvencelerini inşa etmelerine liderlik edebilmektir. Bugün sisteme dahil ettiğimiz o yaşındaki bir bebeğin, 18 yıl sonra üniversiteye başlarken ya da kendi işini kurarken bizim vesilemizle biriken o güçlü sermayeyi arkasında hissedeceğini bilmek, bir profesyonel için paha biçilemez bir manevi tatmin. Toplumsal tasarruf bilincini yukarı taşımak ve bireylerin gelecek kaygılarını azaltarak huzurlu yarınlar planlamasına katkı sağlamak, 26 yıldır bu sektöre duyduğum heyecanı her gün ilk günkü gibi taze tutuyor.

Toplam 3.500 TL Ek Katkı Payı Desteği

30 Eylül’e kadar devam edecek kampanya kapsamında, 18 Yaş Altı Birikim Bireysel Emeklilik Planı ile Katılım Esaslı 18 Yaş Altı Birikim Bireysel Emeklilik Planı’nda aylık 3.500 TL ve üzeri katkı payı ile başlatılan sözleşmelerde, ilk ve ikinci altı aylık dönemlerde düzenli ödeme yapılması halinde toplam 3.500 TL tutarında ek katkı payı desteği Türkiye Hayat Emeklilik tarafından sağlanıyor.

“Geleceğin Güvencesi” ile 18 Yaşına Kadar Olan BES Ödemeleri Türkiye Hayat Emeklilik Garantisinde

Kampanya kapsamında sunulan “Geleceğin Güvencesi” ek fayda programı ile anne veya babanın yaşam kaybı ya da hastalık veya kaza sonucu tam ve daimi maluliyeti halinde, çocuğun BES sözleşmesine ait katkı payları, çocuk 18 yaşını dolduruncaya kadar (azami 10 yıl süreyle) Türkiye Hayat Emeklilik tarafından ödeniyor.

200 Bin TL Ferdi Kaza Sigortası Hediyesi ve Seyahat Sağlık Sigortası’nda Yüzde 25 İndirim

Sözleşmenin ödeyeni olan ebeveyn, kaza sonucu vefat ve sürekli sakatlık risklerine karşı 200.000 TL teminatlı Ferdi Kaza Sigortası hediye edilirken, Seyahat Sağlık Sigortası’nda da yüzde 25 indirim avantajı sunuluyor.

Çocukların Gelişimine Değer Katan Ayrıcalıklar

18 Yaş Altı BES ile çocukların yalnızca geleceğine değil, kişisel gelişimine de katkı sağlayan ayrıcalıklar sunuluyor. Katılımcılar; online öğretmen desteği, kariyer koçluğu, psikolojik danışmanlık ve online doktor hizmeti gibi birçok hizmetten ücretsiz yararlanabiliyor. Ayrıca anlaşmalı eğitim, sanat, spor ve hobi merkezlerinde yüzde 30’a varan indirim avantajından faydalanarak gelişimlerini destekleyen hizmetlere erişebiliyorlar. Türkiye Hayat Emeklilik, sunduğu güvence ve ek faydalarla çocukların geleceğine yönelik tasarruf alışkanlığını desteklerken, ailelerin yaşam döngüsünün her aşamasında yanında olmayı sürdürüyor.

HASAR SÜRECİNDE HIZ, OPERASYONDA GÜÇ!



37+ Yıllık Deneyimimizle Sigorta Sektörüne
Sürdürülebilir İş Ortaklığı Sunuyoruz!

AUTOGONG
MARKETPLACE

teminat (temlik) göstererek ihtiyaç duyduklarında çok daha rahat kredi kullanabiliyorlar. Sözleşmede 10 yılı doldurdukları için devlet katkısının %60’ını zaten hak etmiş oluyorlar, bu da onlara sistemi kapatmak yerine katkı paylarını kendi bütçelerine göre artırarak devam etme motivasyonu veriyor.

18 yaş altı BES’e yönelik yeni ürün, fon seçenekleri ya da kampanyalar planlıyor musunuz?

Kampanyaları dijital kanallarımız üzerinden sürekli aktif tutuyoruz. En son 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nda dijitalden sözleşme başlatan 18 yaş altı katılımcılarımıza 1.500 TL’lik hediye çekleri vermiştik. Önümüzdeki süreçte çok önemseydiğimiz "Hediye BES / Hediye Ödeme" projesini hayata geçireceğiz. Bu projeye, bayramlarda veya özel günlerde çocuklara nakit harçlık vermek yerine, dedelerinin, amcalarının, teyzelerinin doğrudan çocuğun BES hesabına bir dijital tıkla katkı payı/ara ödeme gönderileceği bir teşvik mekanizması kuracağız.

Çocuklarının geleceği için henüz 18 yaş altı BES’e adım atmamış ebeveynlere vermek istediğiniz en önemli mesaj ne olur?

Eğer bizi dinleyen veya okuyan ebeveynlerin çocukları için hala bir sözleşmesi yoksa, şu andan itibaren hemen yaptırın. Rakamın büyüklüğü veya küçüklüğü hiç önemli değil. Yol uzun, finansal olarak sıkıştığınızda ara verebilir, bütçeniz rahatladığında ise ara ödemelerle içeriği destekleyebilirsiniz. Zamanın para

üzerinde muazzam bir katlama etkisi var. Bugün 10 yaşındaki bir çocuk için başlatacağımız 500 TL’lik bir BES planının yaratacağı bileşik değeri, o çocuk 40-45 yaşına geldiğinde kendisi sıfırdan yapmaya çalışsa aylık 5.500 TL ödemesi gerekir, yani tam 10-11 katı bir maliyetle karşılaşır. Katkı payı, fon getirisi ve devlet katkısı bir araya geldiğinde uzun vadede yatırılan ana paranın 5 ila 10 katı arasında bir büyüme gerçekleşiyor. Bu sistemdeki tek sır erken girmek.

Sigorta ve emeklilik sektöründe dijitalleşme müşteri davranışlarını nasıl değiştiriyor? Yapay zekâ ve veri analitiği, emeklilik ürünlerinin geliştirilmesinde nasıl rol oynuyor?

Dijitalleşme, müşterilerimizin hız ve şeffaflık beklentisini en üst seviyeye çıkardı. Artık tüketiciler uzun formlar doldurmak veya şubeye gitmek istemiyor; tüm finansal süreçlerini tek bir tıkla, şeffaf şekilde mobilden takip etmeyi arzuluyor. Yapay zeka ve büyük veri analitiği ise bu noktada bize müşteriyi daha iyi tanıma fırsatı veriyor. Veri analitiği sayesinde katılımcılarımızın yaş, gelir ve risk algılarını analiz ederek onlara tamamen kişiselleştirilmiş fon önerileri sunabiliyoruz. Yapay zeka tabanlı algoritmaları-mızla, piyasa koşullarına göre en doğru fon dağılım optimizasyonunu otomatikleştirerek hem ürün geliştirme süreçlerimizi hızlandırıyor hem de katılımcılarımızın birikim performansını maksimize ediyoruz.



HDI Sigorta'dan hasar yönetiminde hizmet kalitesini artıracak buluşma

HDI Sigorta, hasar süreçlerinde hizmet kalitesini ve operasyonel verimliliği artırmaya yönelik çalışmaları kapsamında, acenteleriyle Ankara'da bir araya geldi. Hızlı Destek İstasyonları ve Hızlı Destek Servisleri başta olmak üzere mevcut uygulamaların değerlendirildiği toplantıda, HDI Sigorta yöneticileri ve acenteler hasar süreçlerindeki gelişim alanlarını ele aldı.

HDI Sigorta, müşteri merkezli yaklaşımı doğrultusunda, hasar süreçleri uygulamalarını daha da güçlendirmek amacıyla Ankara'da acenteleriyle bir araya geldi. İç Anadolu Bölge Müdürlüğü'nün evsahipliğinde, Ankara Hızlı Destek İstasyonu'nda gerçekleştirilen toplantıya, HDI Sigorta Hasar Genel Müdür Yardımcısı Sinem Gürün ve hasar yönetimi ekibi katıldı. Toplantıda, HDI Sigorta'nın hasar hizmetlerinde önemli bir yere sahip olan Hızlı Destek İstasyonları ve Hızlı Destek Servisleri uygulamalarının mevcut performansı değerlendirildi. Sahadan gelen deneyimlerin ve müşteri geri bildirimlerinin ele alındığı buluşmanın diğer illerde de yapılması planlanıyor.

"Müşterilerimizin en hızlı ve sorunsuz çözüme ulaşmalarını sağlamayı hedefliyoruz"

HDI Sigorta Hasar Genel Müdür Yardımcısı Sinem Gürün, toplantıya ilişkin değerlendirmesinde şunları söyledi: "Hasar anı, sigortacılıkta müşterilerimizin bize duyduğu güvenin en somut şekilde

test edildiği süreçlerden biri. Hızlı Destek yapımızla, müşterilerimizin kaza sonrasında yaşayabilecekleri stres ve belirsizliği azaltmayı, süreci onlar adına yöneterek en hızlı ve sorunsuz çözüme ulaşmalarını sağlamayı hedefliyoruz. Müşterilerimizin servis arayışı veya süreç koordinasyonu ile ilgilenmesine gerek kalmadan, hasar sürecini uçtan uca yönetiyor ve her aşamada onların yanında oluyoruz. HDI Sigorta olarak, sunduğumuz hizmetleri sürekli geliştirmeyi ve sahadan gelen geri bildirimleri yakından takip etmeyi önemsiyoruz. Acentelerimiz, müşterilerimizle aramızdaki en güçlü köprülerden biri. Onların deneyimlerini, önerilerini ve beklentilerini dinlemek, süreçlerimizi daha hızlı, daha verimli ve daha müşteri odaklı hale getirmemizi sağlıyor. İlkini Ankara'da gerçekleştirdiğimiz bu buluşmayı birlikte öğrenme ve geliştirme anlayışımızın değerli bir parçası olarak görüyor, diğer illerdeki buluşmalarımız için hazırlıklarımızı sürdürüyoruz."

Hasar süreçleri yönetimine yönelik iki farklı çözüm sunuyor

HDI Sigorta, müşterilerinin hasar süreçlerini daha hızlı, kolay ve konforlu şekilde yönetebilmeleri amacıyla Hızlı Destek İstasyonları ve Hızlı Destek Servisleri olmak üzere iki farklı çözüm sunuyor. Hızlı Destek İstasyonları, HDI Sigorta Genel Müdürlüğü'nün yanı sıra İzmir, Ankara, Adana, İstanbul Avrupa Yakası ve Antalya'da olmak üzere toplam 6 noktada hizmet ve-

riyor. Tamamı HDI Sigorta ekipleri tarafından yönetilen bu merkezler, müşterilere hasar sürecinde uçtan uca destek sunan ve sektörde farklılaşan bir hizmet modeli sağlıyor. Müşteriler hasarlı araçlarını Hızlı Destek İstasyonları'na teslim ederken, ikame araç hakkı bulunan sigortalılar araçlarını aynı noktadan teslim alabiliyor. Hasarlı aracın doğru servise yönlendirilmesi, onarım sürecinin HDI Sigorta hasar uzmanları tarafından yakından takip edilmesi ve işlemlerin kalite standartlarına uygun şekilde tamamlanması yine HDI Sigorta ekipleri tarafından yönetiliyor. Onarımı tamamlanan araç ise müşteriye yeniden Hızlı Destek İstasyonları'ndan teslim ediliyor. Böylece müşterilerin servis araması, ikame araç organizasyonu yapması, farklı paydaşlarla iletişim kurması veya süreci kendilerinin yönetmesi gerekmiyor; hasar süreci HDI Sigorta tarafından uçtan uca koordine ediliyor.

Hızlı Destek Servisleri ise hasar sürecinin onarım aşamasında müşterilere hızlı ve kapsamlı hizmet sunan anlaşmalı servis ağını ifade ediyor. 61 ilde faaliyet gösteren 196 anlaşmalı Hızlı Destek Servisi ile müşteriler hasar anında HDI Sigorta ile iletişime geçerek tüm süreci başlatabiliyor. Servisler, operasyon uzman ekipler tarafından koordine ediliyor.

TARSİM

TARSİM heyeti sel ve dolu hasarlarını yerinde inceledi

TARSİM Yönetim Kurulu Üyesi ve Tarım Sigortaları Havuz İşletmesi Genel Müdürü Bekir Engürülü ve beraberindeki heyet, 24 - 25 Haziran tarihlerinde, meydana gelen sel-su baskını ile dolu hasarlarının etkilerini incelemek, saha çalışmalarını takip etmek, üreticiler ve sektör paydaşlarıyla bir araya gelerek, görüş alışverişinde bulunmak amacıyla Tokat'ta bir dizi ziyaret gerçekleştirdi.

TARSİM Yönetim Kurulu Üyesi ve Tarım Sigortaları Havuz İşletmesi Genel Müdürü Bekir Engürülü ve beraberindeki heyet, 24 - 25 Haziran tarihlerinde, meydana gelen sel-su baskını ile dolu hasarlarının etkilerini incelemek, saha çalışmalarını takip etmek, üreticiler ve sektör paydaşlarıyla bir araya gelerek, görüş alışverişinde bulunmak amacıyla Tokat'ta bir dizi ziyaret gerçekleştirdi.

TARSİM Heyeti program çerçevesinde, Tokat Valisi Abdullah Köklü'yü, Turhal Kaymakamı Ersin Tepeli'yi, Tokat İl Tarım ve Orman Müdürü Ömer Cebeci'yi ve Türkiye Arı Yetiştiricileri Merkez Birliği (TAB) Başkanı Ali Demir'i ziyaret etti. Ziyaretler kapsamında, TARSİM Sistemi ve işleyişi ile uygulamaları hakkında bilgiler verildi ve tarım sigortasının yaygınlaştırılmasına ilişkin yapılabilecek ortak çalışmalar hakkında görüşmelerde bulunuldu.

TARSİM Heyeti programının devamında, Tokat ili merkez ve ilçelerinde incelemeler gerçekleştirerek, TARSİM Bölge Müdürlüğü yetkililerinden ve eksperlerden sürdürülen çalışmalar hakkında bilgiler aldı. Aynı zamanda üreticilerle de bir araya gelen Heyet, TARSİM'in daima yanlarında olduğunu vurgulayarak, tarım sigortasının ihmal edilmemesi yönündeki önerilerini paylaştı.



Sigorta Terimleri

Sigorta, temel kavram olarak sağlıktan seyahate, evden otomobile hayatta oluşabilecek risklere karşı zararları gidermeye yönelik mali bir havuzun oluşturulması sistemidir; benzer risk gruplarında yer alan bireylerin maddi olarak dayanışmasıdır. Sigorta sisteminde dahil olan sigortalılar, tek seferde ya da yıl boyunca belirli oranda prim ödemesi yaparlar. Ortak havuzda biriken bu primler, zarara uğrayan sigortalıların zararlarının telafi edilmesi için kullanılır. Hayatımızın her alanında ihtiyaç duyduğumuz ve zor anlarımızda hem maddi hem de manevi olarak bizi olumsuz tüm koşullara karşı güven sağlayan sigorta hakkında ne kadar bilgiye sahibiz?

■ TARSİM Nedir?

TARSİM (Tarım Sigortaları Havuzu), devlet destekli bir tarım sigortası sistemidir. 5363 sayılı Tarım Sigortaları Kanunu'na dayanarak kurulmuş olan TARSİM, çiftçilerin ürünlerini, hayvanlarını ve tarımsal faaliyetlerini çeşitli doğal afetler ve diğer risklere karşı güvence altına alır. Sigorta, tarım sigortası acenteleri aracılığıyla yapılır ve sigorta primlerinin bir kısmı devlet tarafından karşılanır. TARSİM,

tarım ürünleri, hayvanlar, seralar, makineler gibi birçok tarımsal varlığı kapsar ve doğal afetler, yangın, zararlılar ve hayvan hastalıkları gibi risklere karşı teminat sağlar. Tarım üreticileri, belirli prosedürleri takip ederek TARSİM sigortasından faydalanabilirler.

■ Reasürans Nedir?

Reasürans, bir sigorta şirketinin taşıdığı riskleri başka bir sigorta şirketine devretmesidir. Bu işlem, sigorta şirketlerinin mali güçlerini artırarak daha büyük risklere karşı teminat verme imkânı sağlar. Reasürans, sigorta şirketlerinin finansal şeffaflık ve sermaye yeterliliğini korumalarına yardımcı olur, sektörün büyümesine zemin hazırlar. Reasürans işlemlerinde, sigorta şirketi risklerin bir kısmını reasürans şirketine devreder ve karşılığında prim öder. Hasar meydana geldiğinde, reasürans şirketi sigorta şirketine ödeme yapar. Reasürans anlaşmaları farklı yapılarla yapılır, bunlar arasında bölüşmeli, kotpar, eksedan gibi çeşitler bulunur.

Sigorta Hikayeleri

■ Böcek Korkusuyla Yakılan Eşyala

Paris'te böcek dolu bir otelde kalan bir çift, ısırılmalardan dolayı odadan kaçıp evlerine geri döndü. Eve döner dönmez tüm eşyalarını evlerinde yakarak imha ettiler ve yenisini istediler. Sigortacı, kendi eşyalarının yakımını kapsamadığı gerekçesiyle taleplerini reddetti.

■ Karsız Kayak Tatili

Bir kayak tutkunu Fransa Alpleri'ne gittiğinde kar olmadı için yeni kayaklarıyla idman yapamadı. Daha sonra bu durumu bahane edip kullandığı kayak masraflarını sigortadan talep etti. Ancak sigorta şartlarında "karın bulunmaması olağan bir durum değil" hükmü bulunduğundan tazminat talepleri reddedildi.

■ Sürpriz Kedinin Sebep Olduğu Kaza

Girit'te bir turist, bikini giymiş iki kızın fotoğrafını çekmek için durduğu anda aniden antrenman yapan bir kedinin dikkatini çekti. Hızla hareket eden kedinin çarptığı beton duruşa kafası çarpan adamın burnu kırıldı. Sigorta şirketi hastane masraflarını karşıladı, "sürpriz kedi" türü kazaları da kapsayan poliçeyle razı oldu.





İSTANBUL'da TUR Filo ile Yeni Bir Dönem Başlıyor

GÜCÜMÜZ FİLOMUZDA!

Her biri teknolojiyle donatılmış çekici araçlarımız, Avrupa ve Anadolu Yakası'nda anlık takip ve kamera istemleriyle güvenli, hızlı ve şeffaf bir çekici deneyimi sunuyor.



İstanbul yollarında artık **TUR Assist**'in kendi çekici filosuyla hizmetinizdeyiz. **TUR Assist** olarak asistans sektöründeki öncülüğümüzü bir adım öteye taşıyoruz: TUR Filo adıyla, İstanbul'da tamamen özmal araçlarımızla hizmet veriyoruz.

Binek, SUV, elektrikli ve hafif ticari araçlara özel çekici desteği 7/24 anlık takip ve mobil uygulamaya ile operasyon yönetimi TUR Assist güvencesiyle uçtan uca çözüm

Sektöre yön veren bu dönüşümde, öz gücümüzle sahadayız.

Kalite bizimle yola çıkıyor.

TUR | ASSIST

turassist.com 0(850) 221 00 11 f @in @turassist



Koray Erdoğan
Ray Sigorta CEO'su

Ray Sigorta'dan premium segmente özel yeni nesil kasko: KaskoBLACK

Ray Sigorta, kasko pazarında büyük bir boşluğu dolduran yeni ürünü **KaskoBLACK**'i müşterilerle buluşturdu. Kaskoda 'premium' segmente özel **KaskoBLACK**: 0-3 yaş araçlara özel yeni değer güvencesi, sınırsız ikame araç hizmeti ve muafiyetsiz teminat yapısıyla kasko sigortacılığında premium segment için yeni bir standart oluşturuyor.

Yenilikçi ve müşteri odaklı yaklaşımıyla "farklı bir sigorta" deneyimi sunan Ray Sigorta, kasko ürün portföyüne çığır açan bir ürün daha ekliyor. Kasko poliçelerinin muafiyet, limit ve istisna gibi karmaşık yapısının tüketicide yarattığı belirsizliğe son vermek amacıyla geliştirilen **KaskoBLACK**, "poliçe yaptır, gerisini düşünme" yaklaşımını somut bir ürün haline getiriyor. Sektördeki en kapsamlı kasko çözümlerinden biri olarak konumlanan **KaskoBLACK** hem korumayı hem de hizmet deneyimini üst seviyeye taşıyor.

3 yıllık Yeni Değer Klozu ve Hasar Anında Sınırsız İkame Araç

KaskoBLACK, marka fark etmeksizin sıfır kilometre araç sahiplerine ilk 3 yıl boyunca "Yeni Değer Klozu" güvencesi sunuyor. Olası bir tam hasar durumunda, aracın kaza tarihindeki güncel sıfır kilometre bedeli karşılığında araç sahipleri önemli bir maddi kayba karşı korunuyor.

KaskoBLACK, hasar süreçlerinde araç sahiplerinin en büyük endişelerinden biri olan "ikame araç süresi yeterli olacak mı?" sorusunu ortadan kaldırıyor. Araç onarım süreci tamamlanana kadar, müşterilere kullandıkları aracın segmentine uygun ikame araç hizmeti sunulurken, gün sınırı uygulanmıyor. Böylece kullanıcılar, araçlarının serviste kalma süresinden bağımsız olarak günlük yaşamlarına kesintisiz devam edebiliyor.

Limitsiz Teminatlar, Muafiyetsiz Güvence

KaskoBLACK, araç sahipleri için kritik öneme sahip olan İhtiyari Mali Mesuliyet (İMM), anahtarkayı ve yanlış akaryakıt dolumu gibi teminatlarda da limitleri kaldırarak sınırsız teminat sağlıyor. Yasadışı kullanım, kasıtlı hasar ve sigorta öncesi mevcut hasarlar gibi temel istisnalar haricinde tüm zararları karşılayan ürün, araç sahiplerine beklenmedik riskler karşısında kapsamlı bir koruma sunuyor.

'Fiyatla değil deneyimle ayrışıyoruz'

Ray Sigorta CEO'su Koray Erdoğan, **KaskoBLACK**'in arkasındaki vizyonu şöyle özetledi: "Ürünü tasarlarırken 'Müşterilerimizin nasıl daha fazla yanında olabiliriz' sorusuyla yola çıktık. Kasko ürünlerinin mu-

afiyet, limit ve istisna gibi karmaşık dünyasını tüketiciler için basitleştiren bir ürün ortaya koymak istedik. Kapsamı güçlendirirken, hizmet yaklaşımımızı da premium bir standarda taşıdık. 0-3 yaş araçlarda yeni değer klozu ve sınırsız üst segment ikame araç hizmetini de bu yapının merkezine yerleştirerek, müşterilerimize 'poliçeni yaptır, gerisini bize bırak' diyoruz. Kaskoda özellikle üst segmentte küçük bir aksaklığın bile zaman ve memnuniyet maliyeti yüksek olabiliyor. Bu bakışla **KaskoBLACK**'i hizmet akışıyla da fark yaratan bir ürün olarak konumlandırdık. Müşterilerimizin hayatına hız ve konfor katan bir koruma standardı sunuyoruz. Ray Sigorta olarak kaskoda fiyatla değil, müşterilerimize sunduğumuz deneyimle ayrışıyoruz."



Beach Volley MasteRS 2026: Sektör profesyonelleri sahada buluştu

RS Holding ev sahipliğinde, Türkiye Sigorta Birliği'nin (TSB) destekleriyle İstanbul Büyükşehir Belediyesi Maltepe Tesisleri'nde düzenlenen Beach Volley MasteRS Sigorta Sektörü Plaj Voleybolu Turnuvası, 5-7 Haziran tarihleri arasında sektör profesyonellerini sporun birleştirici gücü etrafında buluşturdu.

Bu yıl dördüncüsü gerçekleştirilen organizasyon, sigorta sektöründen 12 takımın katılımıyla üç gün boyunca heyecan dolu karşılaşmalara sahne oldu. Turnuva boyunca sektör temsilcileri hem rekabetçi mücadeleler sergiledi hem de yaşamının dışında bir araya gelerek dayanışma ve iletişimlerini güçlendirme fırsatı buldu.

RS Holding CEO'su Nihal Asker, organizasyonun dördüncü kez düzenlenmesinden duyduğu memnuniyeti dile getirerek, "Bizim için dördüncü-sünü yapmak tabii çok gurur verici. Bu tip organizasyonları sürdürülebilir kılmak oldukça yoğun bir iş. Tekrarını başardığımız için çok mutluyum. Sektörün desteği ve katkısı da çok önemli. Bu yıl aramıza katılan yeni takımlar var, bu da bizim için büyük mutluluk. Maçlar oldukça

heyecanlı geçiyor. Takımlar artık daha alışkın ve antrenmanlı. Her yıl performanslarının daha da yükseldiğini görüyoruz" dedi.

RS Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ünal Ünal'dı ise organizasyonun her geçen yıl daha da büyüdüğünü belirterek, "Heryıl etkinliğin üzerine yeni şeyler ekleyerek ilerliyoruz. Bu yıl çocuklar için özel parkurlar hazırladık. Aslında organizasyon artık bir spor etkinliğinin ötesine geçerek festival havasına büründü. Katılımcılar için keyifli bir sosyal ortam oluşturduk" ifadelerini kullandı.

Ünal'dı, voleybola verdikleri desteğin önemine de dikkat çekerek, "Voleybol ülkemizde başarı grafiği sürekli yükselen bir branş. Filenin Sultanları ile dünya çapında önemli başarılar elde ediyoruz. Bu nedenle voleybola ve genç sporculara destek vermeyi bir sorumluluk olarak görüyoruz. Yıl içerisinde sponsor olduğumuz takımlar da bizleri başarılarıyla gururlandırıyor" diye konuştu.

Turnuva kapsamında TSB temsilcilerinin katıldığı özel gösteri maçları

ve sponsorluğu RS Holding tarafından üstlenilen voleybol takımlarının gösteri karşılaşmaları da organizasyona renk kattı.

Sigorta sektöründe artık gelenek-selleşen Beach Volley MasteRS Turnuvası, sporun yanı sıra sektör içi iletişimi güçlendiren yapısıyla dikkat çekerken, katılımcılara İstanbul'da adeta tatil atmosferi yaşattı. Büyük ilgi gören organizasyon, final karşılaşmalarının ardından tamamlandı.

Hasar Restorasyonu

"İşimiz hayatı kolaylaştırmak"

HIZLI MÜDAHALE KALICI ÇÖZÜM

- Endüstriyel Hasar Restorasyonu
- Makine Hasar Restorasyonu
- Yapısal Onarım ve Yenileme
- Yangın, Sel, Su Baskını, Fırtına ve Doğal Afet Hasarları
- HES Hasar Restorasyonu
- Bina Hasar Restorasyonu

Sadece hasarı değil, güveni de onarıyoruz. TOBB Türkiye 100 Listesi'nde 25. olmanın gururuyla, HGR Hasar Restorasyon olarak, inovasyon ve uzmanlığımızı sektörün her köşesine taşıyoruz. Bugünün ihtiyaçlarına, yarının teknolojileriyle cevap veriyoruz.

TOBB 100

IICRC Institute of Inspection Cleaning and Restoration Certification

444 1 491
www.hgr.com.tr

Neova Sigorta'ya Fitch'ten güçlü finansal performans onayı

Neova Sigorta, Fitch Ratings'in Uluslararası Finansal Güç (IFS) Notu'nu B+’dan BB-’ye yükseltmesiyle finansal gücünü uluslararası ölçekte bir üst seviyeye taşıdı. Güçlü sermaye yapısı, sürdürülebilir kârlılığı ve istikrarlı finansal performansı ile öne çıkan şirket, uluslararası büyüme vizyonunu da kararlılıkla sürdürüyor.

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Fitch Ratings, Neova Sigorta’nın Uluslararası Finansal Güç Notu’nu B+ seviyesinden BB-seviyesine taşıdı. Kuruluş ayrıca, şirketin Ulusal Sigorta Finansal Güç (National IFS) Notu’nu da A+ (tur) seviyesinden AA- (tur) seviyesine yükseltti.

Fitch Ratings değerlendirmesinde, Neova Sigorta’nın güçlü sermaye yapısı, dengeli iş portföyü, sürdürülebilir kârlılığı ve son yıllarda güçlenen finansal performansının not artışını destekleyen unsurlar arasında yer aldığı belirtildi. Ayrıca şirketin ana hissedarı Kuveyt Türk Katılım Bankası’nın güçlü desteği ve etkin risk yönetimi yaklaşımı da bu süreçte öne çıkan başlıklar arasında değerlendirildi. Bu durum, Neova Sigorta’nın finansal dayanıklılığını uluslararası standartlarda teyit ederken, şirketin sürdürülebilir büyüme stratejisine ve uzun vadeli hedeflerine duyulan güveni de destekliyor.

Küresel ölçekte büyüme vizyonunu güçlendiriyor

Finansal gücünü uluslararası açılım hedefleriyle destekleyen Neova Sigorta, son dönemde attığı stratejik adımlarla küresel sigorta ekosistemindeki konumunu güçlendirmeye devam ediyor. Şirket, geçtiğimiz dönemde küresel sigorta ve reasürans piyasasının en önemli merkezlerinden Lloyd's ile iş birliklerini geliştirirken, dünyanın önde gelen kredi ve politik risk sigortacılarını bir araya getiren International Credit Insurance & Surety Association (ICISA) üyeliğiyle de uluslararası sektörde önemli bir kilometre taşına ulaştı. Neova Sigorta, bu üyelikle küresel bilgi paylaşımı, sektör standartları ve uluslararası iş birlikleri açısından daha güçlü bir konuma gelirken, Türkiye sigorta sektörünü uluslararası platformlarda temsil etme kapasitesini de artırdı. Fitch Ratings tarafından gerçekleştirilen not artışı da şirketin finansal gücünün yanı sıra uluslararası büyüme vizyonunu destekleyen önemli göstergelerden biri olarak öne çıkıyor.

"Uluslararası hedeflerimiz doğrultusunda önemli bir güven göstergesi"

Konuya ilişkin değerlendirmede bulunan Neova Sigorta Genel Müdürü Neslihan Neciboğlu, şunları söyledi: "Fitch Ratings'in ulusal ve uluslararası finansal güç notları-

mızı yükseltmesi, yalnızca finansal performansımızın değil; sürdürülebilir büyüme yaklaşımımızın, güçlü sermaye yapımızın ve disiplinli risk yönetimimizin de önemli bir göstergesi. Müşterilerimize, iş ortaklarımıza ve tüm paydaşlarımıza sunduğumuz güveni pekiştiren bu gelişmeyi, Neova Sigorta'nın uzun vadeli yolculuğunda önemli bir kilometre taşı olarak görüyoruz.

Bir yandan Türkiye'deki güçlü büyümemizi sürdürürken diğer yandan ICISA üyeliğimiz, Lloyd's iş birliklerimiz ve uluslararası pazarlara yönelik çalışmalarımızla küresel sigortacılık ekosistemindeki varlığımızı güçlendiriyoruz. Finansal gücümüzü uluslararası iş birlikleriyle destekleyerek hem sektörümüze hem de ülkemize değer üretmeye devam edeceğiz."



Neslihan Neciboğlu

Neova Sigorta Genel Müdürü

ANADOLU SİGORTA

Anadolu Sigorta'dan otomotiv markalarına özel kasko hamlesi

Anadolu Sigorta, Citroën, DS Automobiles, Opel ve Peugeot kullanıcılarına özel olarak geliştirdiği yeni kasko ürünüyle, elektrikli ve hibrit araçlardan içten yanmalı modellere kadar geniş bir yelpazede kapsamlı teminatlar sunuyor. Mobil şarj hizmeti, siber güvence ve duvar tipi şarj istasyonu teminatı gibi sektörde ayrılan çözümlerle dikkat çeken yeni ürün, kasko deneyimini uçtan uca yeniden tanımlıyor.

Anadolu Sigorta, ikinci yüzyılında müşteri odaklılık, kişiselleştirme ve teknoloji temelli sigortacılık yaklaşımıyla ürün portföyünü genişletmeye devam ediyor. Şirket bu kapsamda otomotiv dünyasının güçlü oyuncularını Opel Citroën, DS Automobiles, Opel ve Peugeot için özel olarak geliştirdiği yeni kasko ürününü hayata geçirdi. Bu dört marka için hazırlanan ürünler; değişen araç teknolojileri, kullanıcı beklentileri ve yeni nesil risk dinamikleri dikkate alınarak tasarlandı. Geliştirilen yeni kasko çözümleri, hem elektrikli ve hibrit araçların yükselen payına hem de içten yanmalı araçların yaygın kullanımına yanıt veren bütüncül bir teminat yapısı sunuyor.

Yeni nesil araçlara özel kapsamlı güvence

Yeni ürün yapısı kapsamında; plug-in hibrit, hibrit, %100 elektrikli ve içten yanmalı araçlar için ayrı ayrı tasarlanmış teminat paketleri sunuluyor. Elektrikli araçlara yönelik Temel Güvence paketi; şarj kablosu

ve adaptör, mobil şarj hizmeti gibi kritik ihtiyaçları ek prim alınmaksızın poliçeye dahil ediyor.

İsteğe bağlı olarak sunulan Gelişmiş Güvence paketi ise sektörde sınırlı sayıda şirkette bulunan teminatları bir araya getiriyor. Siber güvence, şarj kablosu kaynaklı ferdi kaza teminatı, konutta kurulu duvar tipi şarj istasyonu güvencesi, akım kaynaklı hasarlar ve hatalı şarj dolumuna bağlı zararlar bu kapsamda poliçeye eklenebiliyor. Anadolu Sigorta, konutta kurulu şarj istasyonu ve ekipmanlarından kaynaklı hasarları karşılayan ilk şirketlerden biri olarak öne çıkıyor.

Mobil şarj hizmeti, hatalı şarj teminatı ve siber risklere karşı sağlanan koruma gibi başlıklar, ürünü pazarındaki benzer kasko çözümlerinden ayıştıran en önemli unsurlar arasında yer alıyor.

İçten yanmalı araçlar için güçlü ve geniş teminat yapısı

İçten yanmalı araçlara yönelik kasko ürününde ise standart teminatların ötesine geçen bir kapsam sunuluyor. Çarpışma, çarpma, devrilme, düşme, yuvarlanma, çalınma, yanma ve üçüncü kişilerin kötü niyetli hareketleri gibi temel risklerin yanı sıra, sınırsız İhtiyari Mali Mesuliyet (İMM) teminatı ile kullanıcılar yüksek güvence altına alınıyor. Bu yaklaşım, özellikle artan hasar maliyetleri ve hukuki riskler karşısında sigortalılara güçlü bir finansal koruma sağlıyor.

Hizmet ekosistemiyle desteklenen kasko deneyimi

Anadolu Sigorta, ürünlerini yalnızca teminat kapsamıyla değil, sunduğu hizmet ekosistemiyle de farklılaştırıyor. Türkiye genelinde yaygın anlaşmalı servis ağı sayesinde hasar durumunda hızlı ve güvenilir onarım imkânı sunulurken, 7/24 hizmet veren asistans çözümleriyle sürücüler her an destekleniyor.

"Anadolu Hizmet Kasko" kapsamında araç çekme, yerinde onarım, konaklama ve ulaşım gibi hizmetler kesintisiz şekilde sağlanıyor. Hasar durumunda poliçeni kapsamına göre 7, 15 veya 30 güne kadar ikame araç teminatı sunulurken, büyük şehirlerde uygulanan kapıdan oto servis hizmetiyle araçlar adresinden alınarak onarım sonrası tekrar teslim ediliyor.

Mini onarım hizmetleri, hasarsızlık indirimi koruma, cam hasarı koruma, hukuksal destek ve ferdi kaza teminatı gibi ek çözümler de ürün paketlerini tamamlayan önemli avantajlar arasında yer alıyor.

QUICK
SIGORTA

CORPUS
SIGORTA

GÜÇ BİRLİĞİ

Artık kasko
her araç için ekonomik

HER YAŞA HER ARACA KASKONOMİQ



İSTEYENE İMM
SERVİS SEÇİMİ
ARAÇ YAŞI **SINIRSIZ**

**KAZA
HALİNDE** ÇEKİCİ
KURTARICI
İKAME ARAÇ

KÜÇÜK PRİMLE 30 GÜNE
GÖNÜL RAHATLIĞI
SİZDE
ARAÇ BEDELİNİN %85'E KADARI

Aracınız ister yeni ister eski, ister motor ister kamyonet olsun, genişletilmiş kasko ile araç değerinin %85'e kadar bizde, siz sadece küçük bir prim ödeyin yeter.

Her yaşa, her araca **KASKONOMİQ**.



KAREKODU TELEFONUNUZUN KAMERASI İLE OKUTARAK
UYGULAMAYI İNDİREBİLİRSİNİZ.

Q-BLOG Q-MAG Q-SÖZLÜK

f @ % y in



QUICK
SIGORTA