

Pazarlama ve Satış



Türkiye Sigorta pazarlama faaliyetlerinde müşteri odaklı bakış açısını ön planda tutarak sigortalıların ihtiyaç halinde yanıda olmasını sağlayacağı asistans hizmetleri ürünlerine eklemiştir.

Türkiye Sigorta gelişen teknolojiye ayak uyduran ve fark yaratan ürünler ile sigortalıların hayatını kolaylaştırmak amacıyla çalışmalarını sürdürmektedir. Bu çalışmalar neticesinde yeni ürünler çıkarılmakta, mevcut ürünlerin geliştirilmesi için yurt içi ve yurt dışı sektör takibi yapılmaktadır. Ayrıca insurtechler tarafından sunulan inovatif çözümlerin sigortalıların hayatlarını kolaylaştıracak ürün ve hizmet ile ilişkilendirilmesi konusunda çalışmalar devam etmektedir.

Türkiye Sigorta pazarlama faaliyetlerinde müşteri odaklı bakış açısını ön planda tutarak sigortalıların ihtiyaç halinde yanıda olmasını sağlayacağı asistans hizmetleri ürünlerine eklemiştir.

Birleşmenin ardından geçen süreçte operasyonel verimliliğe ağırlık verilmiş, ikili sistem yapısından Pusula sistemine geçilmesi operasyonel verimliliği olumlu etkileyen en önemli gelişme olmuştur.

2021 yılı Kasko ve Trafik branşlarında hedeflenen prim üretimleri ile kapanmıştır. Özellikle trafik sigortasında yapılan düzenlemeler ile asgari ücrette yaşanan artışa şirketimiz hızlıca adapte olmuştur.

Şirket 2021 yılını, Tarım branşında hedeflenen üretim rakamları ile kapatmıştır. 2021 yılında dijitalleşme çalışmaları kapsamında Sağlık Mobil uygulaması hayata geçirilmiş, yeni Süper App deneme sürümü kullanıma alınmıştır.

Türkiye Sigorta, Finansal Sigortalara verdiği önemin göstergesi olarak organizasyon yapısında değişikliğe giderek ayrı bir birim kurmuştur. 2021 yılında hem pazara Finansal Sigorta ürünleri sunulmuş hem de operasyonel verimlilik gözetilerek tüm ilgili taraflar için faydayı maksimize edecek biçimde sürekli iyileştirmeler yapılmıştır.

BANKA SATIŞ KANALI

2021 yılında Banka Satış Kanalı'nda entegrasyon ve tekilleşme çalışmalarına öncelik verilmiştir. Bu çerçevede sırasıyla Halkbank ve Ziraat Bankası'nın Pusula sistemine geçişi tamamlanmıştır.

VakıfBank, Halkbank ve Ziraat Bankası'nın tüm Türkiye sathına dağılmış 3.662 şube ile Bankasürans Satış Danışmanımızın eşleşmesi yapılmış, şubelerin sigorta ihtiyaçları tespit edilerek çalışmalar yapılırken, Ticari ve Kurumsal müşterilerin ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunulmuştur. Sistem geçişi ve ürün tekilleşme kapsamında satış danışmanlarının daha yetkin ve etkin olması kapsamında sistem ve ürün eğitimleri verilmiştir.

Beklentilerin ötesinde büyüme

2021 yılında Banka Satış Kanalı %37 oranında büyüme sağlamıştır. Yıl boyunca üç banka kanalında satışı destekleyici kampanyalar düzenlenmiştir. Bölgelerin potansiyelleri gözetilerek, TSS ve Devlet Destekli Ticari Alacak Sigortaları başta olmak üzere ürün bazlı lokal kampanyalar düzenlenerek satışlar arttırılmıştır.

2022 yılında Ziraat Bankası tarafında, CRM altyapısı üzerinden çapraz satış yapılacak hedef müşteriler tespit edilerek Şirket'in ve bankanın stratejik müşteri segmenti hedeflerine göre sigorta ürün penetrasyonunun yükselmesi beklenmektedir.

VakıfBank tarafında, 2022 yılında yenileme süreçlerinin otomatik hale getirilmesine ve manuel eforun en aza düşürülmesine ilişkin projeler yürütülerek, yenileme süreçleri iyileştirilecektir. "VakıfBank Veri Madenciliği" projesi kapsamında farklı sigorta araçları kullanarak müşterilere sigorta satışı gerçekleştirilmesi planlanmaktadır.

ACENTE SATIŞ KANALI

2021 yılında tekrar yapılan Türkiye Sigorta Acente Satış Kanalı, Türkiye Sigorta acenteleriyle birlikte birçok projeyi başarı ile gerçekleştirmiştir. Yürürlüğe giren her proje ile daha güçlü, daha analitik ve daha verimli bir satış ağı ortaya çıkarılmış,

2021 yılı için hedeflenen prim üretimi ve satış kaynağı adedine ulaşılmış, sektör içerisindeki rekabette de önemli gelişmeler elde edilmiştir.

Sektör ortalamasının üzerinde büyüme

2020 sonunda acente dağıtım kanalında %5,45 pazar payı ile yedinci sırada bulunan Türkiye Sigorta, 2021 sonunda pazar payını %6,99'a çıkarmış ve altıncı sıraya yükselmiştir. Acente satış kanalındaki büyüme, sektör ortalamasının 2,3 katı olmuştur.

Verimliliği artıracak yapılanma çalışmaları

2021 yılı içerisinde satış kaynaklarının verimliliğini artırmak ve Şirket kârlılığını korumak amacıyla birçok çalışma yapılmış, acente performans yönetimi kapsamında yıl içerisinde altı verimlilik toplantısı gerçekleştirilerek toplamda 2 binin üstünde verimlilik kararı alınmıştır. Üretim performansını artırmak amacıyla satış personelinin performansları, satış yönetimi tarafından aylık olarak değerlendirilmiştir. Satış personelinin performans sonucuna göre motivasyon bildirimleri iletilmiş, profesyonel bir danışmanlık firmasıyla iş birliği içerisinde satış personeline satış eğitimi verilmiştir.

2021 yılında, Armada İş Zekâsı ekranlarında Acente Kanalı'na hitap eden raporlama ve analiz ekranları oluşturularak satış odağı artırılmıştır. Stratejik öncelik verilen ürünlerin 3.974 acente içerisinde yaygınlığının artırılması amacıyla mevcut acente ek gelir kampanya modeli haricinde aylık ürün spot kampanya uygulaması devreye alınmıştır.

İki yıldan beri gerçekleşen yapılandırma çalışmaları neticesinde, 2019 yılı sonunda 2.127 olan aktif acente sayısı, 2021 yılı sonunda %87 artış göstererek 3.974'e ulaşmıştır. Artan satış kaynağını verimli ve kârlı portföy yönetimine yönlendirmek ve bütün satış kaynakları ile yakın temas

içerisinde bulunabilmek amacı ile 2021 yılında bölge yapılanmasında değişikliğe gidilmiş, bölge adedi 10'dan 14'e çıkarılmıştır.

2021 yılında Analitik Hizmet Modelleri'nin ilk adımı atılarak Acente Segmentasyon Modeli'yle Türkiye Sigorta acenteleri için sadakat programı uygulamaya alınmıştır. Sadakat programıyla başarılı acentelere özel ek imkânlar sunulması amaçlanmaktadır.

Yıldız Acenteler Kulübü

Acentelerin yıl içerisinde gösterecekleri üretim ve kârlılık performansları baz alınarak dâhil olacakları Türkiye Sigorta Yıldız Acenteler Kulübü sadakat programı ile de acentelerin başarılı çalışmalarının ödüllendirilmesi hedeflenmiştir. Program, 29 Ocak 2021 tarihinde yaklaşık 1.000 acentenin katılımı ile çevrimiçi düzenlenen lansman toplantısında tanıtılmıştır. Bu program ile Şirket'in sahadaki gücü olan, üreten acentelerle Şirket arasındaki bağın güçlenmesi, farklı avantajlarla motivasyonlarının yükseltilmesi hedeflenmektedir.

Yıldız Acenteler Kulübü'nde toplam prim üretimi 5 milyon TL olan ve %1 büyüme gerçekleştiren acenteler "3-Yıldızlı Acente", toplam prim üretimi 2,5 milyon TL olan ve %10 büyüme gerçekleştiren acenteler "2-Yıldızlı Acente", toplam prim üretimi 1,5 milyon TL olan ve %15 büyüme gerçekleştiren acenteler "1-Yıldızlı Acente" ve toplam prim üretimi 1 milyon TL olan ve %10 büyüme gerçekleştiren münhasır hizmet veren acenteler "Kutup Yıldızı" olarak adlandırılmaktadır.

Türkiye Sigorta Acente Akademisi

Türkiye Sigorta, Marmara Üniversitesi iş birliğiyle acentelerin performanslarını artıracak ve çalışmalarını destekleyecek eğitim programlarının verileceği Acente Akademisi'ni hayata geçirmiştir. Türkiye Sigorta Acente Akademisi ile acentelerin sektör ve iş bilgisi konularında desteklenmesi amaçlanmıştır.

2021 yılında, yeni açılan acentelerle birlikte talep eden eski acentelerin de dahil edildiği 11 adet Pusula Ürün ve Tahsilat Eğitimi'ne 3.932 acente çalışanı katılmıştır.

2020 sonunda acente dağıtım kanalında %5,45 pazar payı ile yedinci sırada bulunan Türkiye Sigorta, 2021 sonunda pazar payını %6,99'a çıkarmış ve altıncı sıraya yükselmiştir.



Pazarlama ve Satış

Türkiye Sigorta yıl sonu itibarıyla, dünyanın önde gelen bağımsız denetim kuruluşlarından olan Bureau Veritas denetimiyle ISO 10002:2018 ve ISO 18295:2015 kalite belgelerini almaya hak kazanmıştır.

ÇAĞRI MERKEZİ

Müşteriyi ve müşteri memnuniyetini, tüm iş ve süreçlerinin çıkış noktası olarak gören Türkiye Sigorta, müşterilerin Şirket'le iletişim kurduğu tüm kanallardan verilen hizmetin kalitesinden paydaş memnuniyetine, Çağrı Merkezi ekiplerinin yönetiminden performans değerlendirmelerine, gelişim ölçümlene faaliyetlerinden müşteri memnuniyetinin maksimize edilmesine kadar uçtan uca iletişim çalışmalarını yürütmektedir. Şirket, müşteri beklentilerini karşılayabilecek en kolay ve en hızlı iletişim kanallarının mimarisi için çalışarak 2021 yılı içerisinde, Şirket birleşmesinin getirdiği zorlu sürece rağmen başarılı bir yıl geçirmiştir.

Türkiye Sigorta yıl sonu itibarıyla, dünyanın önde gelen bağımsız denetim kuruluşlarından olan Bureau Veritas denetimiyle ISO 10002:2018 ve ISO 18295:2015 kalite belgelerini almaya hak kazanmıştır.

2021 yılında 1,1 milyon çağrı

Müşteri İletişim Merkezi, birleşme sonrasında 0850 202 2020 numaralı telefon üzerinden 7/24 hizmet vermeye başlamıştır. 2021 yılında merkeze

1,1 milyon çağrı gelmiştir. Çağrıların yaklaşık 300 bini acil ambulans, yol yardım, ikame araç ve konut yardım gibi asistans hizmet tiplerinde olmuştur. Müşteri İletişim Merkezi, sesli çağrının yanı sıra e-posta, çözüm merkezi ile de hizmet vermektedir.

2021 yılında tamamlanan sistem/altyapı birleşmeleriyle birlikte çağrı merkezi santral ve sesli yanıt sistemi tekillişmeleri büyük ölçüde tamamlanmıştır. Devam eden çalışmaların da tamamlanmasıyla birlikte müşterilere uçtan uca dijital bir çağrı merkezi deneyimi yaşatabilmek amaçlanmaktadır. Teknik altyapı kullanıcı dostu geliştirmeler kapsamında tasarlanmış ve sesli yanıt sistemi sadeleştirilmiş, kişiselleştirilmiş ve müşterilerin doğru işlem adımlarına yönlendirilmeleri için anonslar ile zenginleştirilmiştir.

Ayrıca Özel Acente Destek Hattı ve Banka Şube Destek Hatları kurulmuş, ilgili kanalların bu hatlar üzerinden özel hizmet alabilmesi, konusunda uzman deneyimli müşteri temsilcileri aracılığıyla bilgiye en rahat ve hızlı şekilde ulaşabilmesi sağlanmıştır.

Müşteri memnuniyetini sağlayabilmek ve onlara en kaliteli hizmeti sunabilmek adına; düzenli olarak memnuniyet anketleri gerçekleştirilmekte ve çıktıları takip edilmektedir. Müşterilerin taleplerini tek seferde çözebilmek adına gerekli ölçümler yapılmakta ve sonuçlar detaylı olarak takip edilmektedir. Değerlendirme sonuçlarına göre yeni aksiyonlar alınmakta ve kalıcı çözümler sağlanmaktadır. Ayrıca, doğal afetlerden etkilenen sigortalıların öncelikli ve acil hizmet alabilmesi adına afet bölgelerinden gelen aramalara öncelik verilmesi sağlanmaktadır.



Yapay Zekâ müşterilerin emrinde

Müşterilerden gelen geribildirimler ve şikâyetler de yakından takip edilmekte ve müşteri memnuniyeti sağlamak için hassasiyetle incelenmektedir. Rapor döneminde 7.596 müşteri talep/önerisi değerlendirilmiştir.

İletişim ve hizmet kalitesini takip edebilmek ve geliştirebilmek adına müşterilerle iletişim halindeki tüm ekiplerin kalitesinin takibi ve geliştirilmesi adına aksiyonlar planlanmaktadır. Bu noktada kullanılan teknolojilerle birlikte (SpeechAnalytics gibi) tüm ses kayıtları yazıya dönüştürülmekte ve analiz edilerek gelişim alanları tespit edilmektedir. 2021 yılında 5 bin çağrı dinlenmiş, binden fazla gelişim alanı tespit edilmiş ve bu çerçevede yaklaşık 1.500'den fazla koçluk/geri bildirim görüşmesi gerçekleştirilmiştir.

Müşteri memnuniyeti ve deneyimini ölçümlenebilmek ve gerçek zamanlı olarak takip edebilmek amacıyla iş süreçleri dizayn edilmeye başlanmış, 2022'de yapılması hedeflenen çalışmalarla birlikte çağrı merkezi başta olmak üzere hasar ve asistans süreçlerinin ardından müşteri memnuniyeti anketleri yapılması planlanmaktadır.

Yoğun eğitim çalışmaları

Türkiye Sigorta; kalite yolculuğunun, müşteri temsilcilerinin eğitimi ve gelişiminin takibiyle başladığının bilincindedir. Bu çerçevede 2021 yılında yeni bir Eğitim, Oryantasyon ve Simülasyon Süreci oluşturulmuş, işe yeni başlayan her temsilci yaklaşık 24 iş günü süren bir eğitim programıyla görüşmeye hazır hale getirilmiş ve sonrasında ise düzenli sınavlarla gelişim alanları takip edilmiştir.

Gücünü adından ve güzel ülkemizden alan Türkiye Sigorta'nın tüm müşterilerinin talep ve beklentilerini karşılayan ve taşıdığı sorumluluğun bilincinde olan ekibi müşteri memnuniyeti odağıyla çalışmalarına tüm hızıyla devam etmektedir.

ALTERNATİF SATIŞ KANALLARI

Pandeminin etkisiyle, 2021 yılında ülkemizde dijital kullanım oranlarında artış yaşanmıştır. Ülkemizin bir önceki yıla oranla 3,03 olan dijitalleşme notunun 3,24'e yükselmesi dijital dönüşüm hızının göstergesidir.

Pandemi dönemi ile başlayan uzaktan çalışma modelinde satış kaynaklarının kendilerine gelen teklif taleplerini en kısa sürede sonuçlandırmak amacıyla kullanmaya başladıkları paket programlar geniş bir acente ağının kullanımına açılmıştır. 2021 yılında çevrimiçi kanallardan üretim yapan acentelerin üretimi %400 büyümeye kaydetmiştir.

2021 yılında satış-pazarlama faaliyetleri kapsamında alternatif dağıtım kanallarının genişletilmesi yönünde planlamalar yapılmıştır. Yıl içerisinde banka kanallarında, çağrı merkezi mesafeli satışı aktif hale getirilerek satış faaliyetlerine başlanmıştır. Halk Bankası'nda Elementer tarafta Sağlığım Yerinde (Omuz Omuz), Şifrelerim Güvende ve Kart Koruma ürünlerinin satışlarına çağrı merkezi aracılığıyla başlanmıştır.

2021 yılında ayrıca dijitalleşme yolunda VakıfBank ile Türkiye'de bir ilk olan "WEB Kanalı ile Sigorta Ürünlerinin Satışı" projesi hayata geçirilmiştir. Bu çerçevede banka ekranlarında Pusula geçiş entegrasyonu sağlanarak, gerekli ekran eğitimleri verilmiş, daha iyi hizmet vermeye imkân sağlayacak noktaların tespiti için VakıfBank personeline "Aracı Memnuniyet Anketi" yapılmıştır.

Ziraat Bankası'nda da internet bankacılığı ve banka mobil uygulamalarından DASK satışı yapılmakta olup diğer Hayat Dışı ürünlerin satışı planlanmaktadır. Bu konuda banka tarafında kapsam çalışmaları devam etmektedir. Çalışma tamamlandığında Ferdi Kaza, Seyahat, Sağlık, Konut, Trafik ve Eşya Paket ürünleri satışa sunulacaktır.

2021 yılında çevrimiçi kanallardan üretim yapan acentelerin üretimi %400 büyümeye kaydetmiştir.