

Müşteri Deneyimi



Türkiye Sigorta, müşterinin sesini dinlemekte; geribildirimleri ile beslenmekte, müşterisinin yaşadığı deneyimi mükemmel hale getirmek için çalışmaktadır.

Türkiye Sigorta, çevik, yenilikçi ve duyarlı yaklaşımıyla sigorta deneyimini "sonra"dan "önce"ye taşıyarak hayatın her anında beklentileri aşan çözümler üretme ve gücünü iyilik için kullanma anlayışıyla hizmet sunmayı amaçlamakta, sigortalılarına güvenli bir gelecek vadetmektedir.

Türkiye Sigorta, 2021 yılında pandeminin de etkisiyle dijital yetkinliklerini geliştiren müşterileri için Şirket'te yaşadıkları dijital deneyimi iyileştirecek faaliyetlere odaklanmıştır. Bu kapsamda internet sitesi hem sigorta hem de emeklilik şirketlerine hizmet edecek şekilde tekilleştirilmiş, mobil uygulamanın tekilleştirilmesi için de çalışmalara başlanmıştır.

Müşteriyi dinliyor, anlıyor, mutlu etmeye çalışıyoruz

Şirket'in gerçekleştirdiği dijital dönüşümün getirdiği olanaklar da müşteri deneyimine ve memnuniyetine yansıyan çözümler geliştirilmesine destek olmuştur. Veri analizi yoluyla sigortalıların dinamik ve talep bazlı gereksinimleri anlaşılabilir ve karşılanmış, bu yolla müşteri deneyimi ve memnuniyeti yukarı çekilmiştir.

Veri toplama, analiz etme ve otomasyon teknolojisinin kullanımı yoluyla bireyselleştirilmiş içerik sağlama yönünde stratejik projeler geliştirilmeye devam edilmektedir. Müşterinin Sesi'ne kulak vererek müşteri deneyiminde farklılaştırma ile müşteri sadakatini artırmak için öncelikli olarak, müşteri tutum ve alışkanlıkları sınıflandırılmakta, beklenti ve alışkanlıklarına yönelik ürün ve çözümler sunabilmek için CRM yatırımları yapılmaktadır. Yapılan bu çalışmaların amacı; müşteriyi tanımak, müşterinin talep, istek ve beklentilerini belirlemek, Şirket ve hizmetler hakkında müşterinin algısını ölçmek ve tüm bunlara yönelik eylem planları oluşturmaktır. Rekabetin her geçen gün arttığı şartlarda müşterilerin sadakatini ve memnuniyetini artırmak hem şirketlerin potansiyel müşteri sayısının hem de kârının artmasını sağlayacaktır.

Müşteri odaklı süreçler

Yıl içerisinde müşteri odaklı süreçlerin tasarlanması için İş Süreçleri Tasarımı Projesi gerçekleştirilmiş, müşteri ve kanal deneyimini ölçmek amacıyla pazar araştırmaları yapılmıştır.

Ağırlıklı olarak yapılanmayla geçen 2021 yılının ardından, 2022 yılında da müşteri deneyimini geliştirme çalışmalarının devam etmesi planlanmaktadır. Türkiye Sigorta, müşteriden geribildirim almayı, profesyonel araştırmalarla dinlemeyi ve bunu tüm temas noktalarında genişletmeyi hedeflemektedir.

Türkiye Sigorta, yeni dönemde tüm sigorta ürünlerinin mobil ve web kanalları vasıtasıyla sunulması ve uçtan uca kurgulanacak ideal dijital sigortacılık müşteri deneyimiyle müşterilerin bu ürünleri kolayca satın almalarını sağlamak üzerine çalışmalarına devam etmeyi planlamaktadır.