

'SBM'de mısırlar patlamaya başladı'

SBM Müdürü Aydın Satıcı, sektöre müşteri kazandıracak ve müşteriyi elde tutacak uygulamalar geliştirdiklerini söyledi. SBM Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Gülen de yeni uygulamaları patlayan mısırlara benzetti.

SEVAL ÖZKAP
seval@sigortamedia.com


Sezin Mızraklı


Serdar Kuzuloğlu

Bilişim dünyasının ünlü simalarından Serdar Kuzuloğlu'nun konuk konuşmacı olarak yer aldığı etkinlikte, Sezin Mızraklı da "Önümüzdeki 10 Yılda Dünyayı Değiştirecek Teknolojik Trendler" başlıklı sunumunu katılımcılarla paylaştı.

Sigorta sektörünün teknoloji yüzü Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi (SBM), 4. Yıllık Değerlendirme Toplantısı düzenledi. SBM'nin sunduğu hizmet ve ürünlerin sigorta sektörünün liderleri ile paylaşıldığı toplantıda, Merkez'in teknoloji partnerleri de hazır bulundu. Sunuculuğunu Nilgün Bodur'un üstlendiği toplantı, SBM Müdürü Aydın Satıcı, Türkiye Sigorta Birliği (TSB) Genel Sekreteri Mehmet Akif Eroğlu ve SBM Yönetim Kurulu Başkanı ve TSB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Uğur Gülen'in açılış konuşmalarıyla başladı. Aydın Satıcı, uygulamaya aldıkları ve alacakları projelerle sigorta sektörüne müşteri kazandırma ve müşteriyi elde tutma hedefinde olduklarını ifade etti. Uğur Gülen ise SBM'nin gelişimi ve sunulan projelerle ilgili olarak "Sallanan mısırlar patlamaya başladı" benzetmesini yaptı. İki ayrı panelin düzenlendiği etkinlikte Gazeteci-Yazar Serdar Kuzuloğlu ve Turkcell Kurumsal Satış ve Çözümler Direktörü Sezin Mızraklı da konuk konuşmacı olarak yer aldı.

Y ve Z kuşağı sektörün makus talihini değiştirir

Mehmet Akif Eroğlu, Türk sigorta sektörünün dijital pazarlama tarafında geride olmasına rağmen süreçlerde teknolojiyi başarılı bir şekilde kullandığını söyledi. Dünyada e-ticaret satışının yüzde 14'lük bir paya sahip olduğunu söyleyen Eroğlu, sigortanın e-ticaretten satış oranının ise yüzde 5 olduğunu belirtti. Sigorta alımında gelişmiş ülkelerde dijital kanal eğilimin yüzde 40 seviyesinde olduğunu belirten Eroğlu, bu oranın gelişmekte olan ülkelerde ise yüzde 20'lere indiğini ifade etti. Eroğlu, "Bu süreçte sigorta satışında dijitali önemli bulanların oranı yüzde 81. Dijital teknolojiye sahip olanların oranı yüzde 47 iken, bu bütçeye sahip şirketlerin oranı yüzde 10" dedi. Teknolojiyi iyi kullanan kesimin genç nüfus olduğuna vurgu yapan Eroğlu, "15-24 yaş arası genç nüfus oranımız yüzde 17. Bu 13 milyonluk genç nüfusun internet kullanım oranı ise yüzde 73" şeklinde konuştu. Y ve Z kuşağının sigorta sektörünün makus talihini değiştirebileceğini ifade eden Eroğlu, "Teknolojiye aşık bu kuşak, penetrasyon oranını artırmak, sektörün ürün gamını genişletmek ve yenilikçi ürünler sunmak için büyük bir fırsat" dedi.

SBM, bilgi ekonomisinin en güçlü oyuncusu

Konuşmasında sigorta sektörünün kısır bir döngüde olduğunu vurgulayan Uğur Gülen, "Sektör, underwriting karlılıkta geçen yılın ilk çeyreğine göre 1 milyar TL üzerinde değer kaybetmiş. Net karda ise geçen yılın 3. çeyreğine göre 600 milyon lira zarar artırmış" dedi. Müşteriye herkesin aynı şeyi sunduğunu ve inovatif bir gelişim olmadığını belirten Gülen, yanlış rekabet stratejilerinin bu kısır döngünün başrolünde olduğunu söyledi. Gülen, sözlerine şöyle devam etti: "Herkes 'en ucuzu bende, en kalitelisi bende, tüm dağıtım kanallarına hükmediyorum' şeklinde ilerlerse karlar erir, pasta büyümez, inovasyon olmaz"

Hedefi doğru belirlemenin önemine dikkat çeken Gülen, böylelikle sürdürülebilir karlılığın yakalanacağını ve ekonomik değer yaratılabileceğini söyledi. Bu noktadan sonra her şirketin kendi stratejisinin devreye girdiğini ifade eden Gülen, "Şirketler stratejileriyle kendini farklılaştırır. Bankacılığı bu noktada örnek

Telematikle 'kullandığın kadar öde' dönemi

Araçlara yerleştirilecek telematik sistemleriyle "kullandığın kadar öde" döneminin başlayacağını ifade eden SBM Müdürü Aydın Satıcı, uygulama ile araçların ürettiği dataları şirketlerle paylaşacaklarını belirtti. Satıcı, uygulama sayesinde şirketlerin aracını iyi kullanan sürücüye bu doğrultuda prim bedeli sunacağını söyledi.

gösterebiliriz. Bankalar kar hedefiyle kendilerini farklılaştırdılar. Kimi kredi kartında, kimi KOBİ'lerde, kimi internet şubeciliğinde uzmanlaştılar" şeklinde konuştu. Türk sigorta sektörünün veri tabanının yönetilmesi konusunda Avrupa'dan ilerde olduğuna dikkat çeken Gülen, "Kendimizi ayrıştıracağımız bilgi, tek merkezde yani SBM'de toplanıyor. SBM, bilgi ekonomisinin en güçlü oyuncusu. Örneğin, Belçikalı ortağımız Kokpit uygulamasını görünce çok şaşırdı. Kokpit anlık bilgi sunuyor. Ortağımızın şaşırmasının nedeni ise Belçika'da sigorta rakamlarının sadece yılda bir kez yayınlanması" dedi.

Kendi yağıyla kavruluyor

SBM Yönetim Kurulu Başkanı olan Gülen, kendi yağıyla kavrulan bir SBM yaratmak hedefinde olduklarını belirti. Gülen, "Bugün SBM'nin bütçesi 30 milyon lira. Bu bütçenin 12-13 milyonunu ise gelir olarak elde ediyoruz. Ana gelir kaynağımız ise 5664 sorgulama hattı. Bu alanı çok zenginleştirdik. Önümüzdeki dönemde yenilikler de olacak. Sallanan mısırlar patlamaya başladı" dedi. Gülen, SBM'nin sektörün oyun kurucusu olduğunu belirttiği konuşmasında meslektaşlarına ulaşılması istenilen bilgi ve ulaşılacak format konusunda itici güç olmaları konusunda da seslendi.

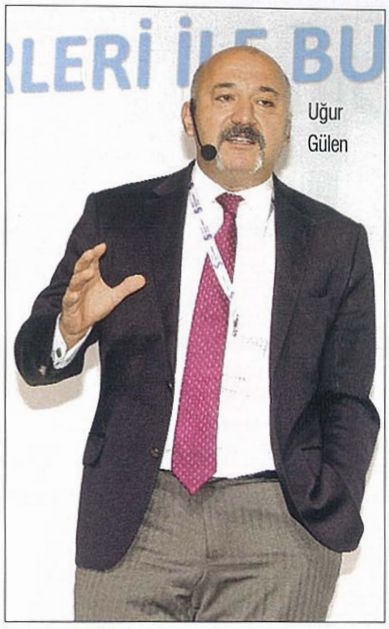
Amaç, müşteri kazanmak ve elde tutmak

Toplantıda, SBM'nin sigorta sektörüne katkısından, 2015 yılında hayata geçirilen projeler ve uygulamaya alınacak yeni projelerden bahseden Aydın Satıcı, SBM'nin sektörün veri bankası olduğunu söyledi. Sektörün büyümede iyi bir grafik çizdiğini ifade eden Satıcı, şu anda 30 milyar TL prim üreten sektörün 100 milyar TL'ye çıkabilme potansiyeli olduğunu belirtti. Regülatif şirket olarak görüldüklerini kaydeden Satıcı, amaçlarının regülasyon değil, sektörün büyümesi, karlılığı sağlamak, güvenin artırılması, sektörün veri merkezi haline gelmesi, suistimalleri engelleyecek sistemlerin kurulması, sektörün müşteri kazanması ve müşteriyi elde tutmasını sağlamak olduğunu vurguladı.

Sektör 79 trilyon TL teminat sağladı

Sigorta sektörünün 2014 yılında 26 milyar TL prim karşılığında 79 trilyon TL teminat sağladığını belirten Satıcı, "Bu rakamlar Türkiye'nin 30 yıllık gayri safi yurtiçi hasılasına denk geliyor" dedi. Satıcı, bu noktada sigorta sektörünü kendi ağırlığının 10 katı yükü taşınabilmesi özelliği nedeniyle kanıncaya da benzetti. Satıcı, SBM





olarak sektöre yüzde 1 negatif etkilerinin 260 milyon TL zarara neden olabileceğini, yüzde 1 pozitif etkilerinin ise 260 milyon TL katma değer yaratabileceklerini de sözlerine ekledi.

Yılda 14 milyar işlem

15 kamu kurumu ile entegre çalıştıklarını belirten Satıcı, aktüerler, eksperler, sigorta şirketleri, acente ve banka şubelerinin yanı sıra 85 bin kayıtlı kullanıcılarının olduğunu söyledi. SBM'nin 30 milyon tekil vatandaşın poliçe ve hasar bilgisini sakladığını belirten Satıcı, "Geriye dönük 320 milyon poliçe bilgisi veritabanlarımızda tutuluyor. 5 milyon Kaza Tespit Tutanağı bilgisi ve 48 milyon hasar dosyası, bilgi veri tabanlarımızda mevcut. Yıllık işlem adedimiz ise 14 milyara ulaştı" dedi. Satıcı, fütüristlerin analitik uygulamaları, mobil uygulamaları ve bulut bilişimi kullanmayan, sosyal medyada aktif olmayan ve bulut bilişimi kullanmayan şirketlerin gelecekte var olamayacağını söylediğini aktardı. Forrester's'ın 2016 yılında sigorta sektörüyle ilgili tahminlerini de paylaşan Satıcı, "Raporda şirket kültürünün başarı üzerindeki etkisi, kişiye özel ürünler sunmak, sadakat programlarının geliştirilmesi, geleneksel şirketlerin teknolojiye ve yenilikçi şirketlere direndiği, analitik uygulamaların rekabette önemli bir silah, operasyonlar değer yaratmada temel taş olduğu, bilgi güvenliğinin önemi, dijitalin ciddiye alınmaması ölümcül hata gibi maddeler yer alıyor" şeklinde konuştu. Satıcı, sözlerine şöyle devam etti: "Yine Forrester'in yaptığı bir ankete göre sigorta ürününün tercihinde yüzde 41 oranda direkt satış kanallarının kullanıldığı ifade ediliyor. Ankete katılanların yüzde 61'i mobil ürünleri, mobil sigortacılık ürünlerini (poliçe görüntüleme, hasar ihbar/takip) kullanmak için istiyor. Katılımcıların yüzde 70'i trafik sigortası yaptırırken en çok prim tutarına önem verdiğini belirtirken yüzde 62'si poliçe yaptırırken 'kullandığın kadar öde' uygulamalarını tercih ettiklerini ifade etti."

Kokpit, olacağı da tahminleyecek

"Geleceği tahmin etmenin en kolay yolu, onu yaratmaktır" diyen Satıcı, dünyada ilk ve tek olma özelliği taşıyan Kokpit uygulamalarıyla sektöre gerçek zamanlı bilgi sağladıklarını ve geleceği görme fırsatı

Trafik poliçesi yenilemelerini 5664 hatırlatacak



SBM'nin sorgulama servisi 5664, hasar poliçe, KTT, detay, parça, vefat kategorilerinde sorgulama yapılmasına imkan tanıyor. SBM Müdürü Aydın Satıcı, sigortalıların kısa mesaj yoluyla alabildikleri bu bilgilerin yanı sıra 'hatırlatma' hizmetini de devreye aldıklarını söyledi. Şu anda sadece trafik sigortalarında hatırlatama yapabildiklerini belirten Satıcı, hizmetin içeriğini şöyle anlattı: "Sigortalı trafik poliçesi bitiş tarihini kısa mesajla merkezimize iletiyor. Sistemimiz poliçe bitim tarihinden 30 gün önce kısa mesajla sigortalımızı bilgilendiriyor. Bu süreçte poliçe yenilenmezse poliçe bitim tarihinden 5 gün önce yeniden bir hatırlatma yapılıyor" dedi. Trafik poliçesi yenilemesinin hatırlatılması için HATIRLAT yazıp boşluk bırakarak plakayı yazıp 5664'e göndererek abone olmak gerekiyor.

Satıcı, 2016 yılında sorgulama servisine yeni içerikler ekleyeceklerini de ifade etti.



Toplantının ilk panelinde sigorta sektörünün teknolojiden beklentileri Aydın Satıcı moderatörlüğünde ele alındı.

sunduklarını söyledi. Kokpit ile sektörün, tüm branşlarda bir tıkla tüm analizlere ulaşabildiğini söyleyen Satıcı, "Dashboard uygulamamız Kokpit'e olacağı tahminleyen raporlar da ekleyeceğiz" dedi.

Acenteler kendi performansını izleyebilecek

2016 yılında Ortak Veri Modeli Projesi'ni hayata geçireceklerini ifade eden Satıcı, projede Oracle ile çalıştıklarını söyledi. Satıcı'nın verdiği bilgilere göre Ortak Veri Modeli projesi; acente bazlı, sektör bazlı, kişisel bazlı ve şirket bazlı verilerin raporlanmasını sağlayacak. Satıcı, "Çok boyutlu veri analizi yapacak projemizle sigortalı, SBM'ye girdiğinde tüm verilerini görebilecek. Kişisel bir dashboard sunulmuş olacak. Böylelikle sigortalı kişisel risk analizini de yapacak. Acenteler ise kendi performanslarını görebilecek ve skorlayabilecek" şeklinde konuştu.

Yeni hasar sorgulama platformu: Sigortam 360

Satıcı, yeni bir sorgulama platformunu daha uygulamaya alacaklarını kaydetti. Sigortam 360 adındaki platform, hasar ve poliçe sorgulama işlemlerinin web kanalında yapılmasına imkan tanıyacak. 15 branşta 225 iş zekası raporu sunduklarını belirten Satıcı, şirketlere bu raporları web servisler, web portal ve mobil uygulamalar aracılığıyla sunduklarını ifade etti.

Suistimaller SAS Fraud Network ile tespit edilecek

Suistimallerin tespiti ve engellenmesi için SAS Fraud Network'ü kurduklarını söyleyen Satıcı, "Uygulama sayesinde tüm bilgileri analitik sisteme atıp aralarındaki ilişki ağını ortaya çıkararak suistimalleri tespit edeceğiz" dedi. Bu uygulamanın suistimallerin engellenmesinde ilk adım olduğunu ifade eden Satıcı, ikinci adım olarak Suistimali Engelleme Bürosu'nun kurulduğunu (SİSEB) söyledi.

25 Kasım'da eksper atama sisteminin değiştiğini belirten Satıcı, artık sigortalının e-devlet üzerinden eksper atayabileceğini kaydetti. 1 Mart 2016 itibarıyla eksperlerin tamirhaneleri skorlamaya başlayacağını da ifade eden Satıcı, bu gelişmelerle birlikte trafik sigortasının doğasını değiştirecek Doğrudan Tazmin Sistemi'nin altyapısının da hazırlandığını sözlerine ekledi. Satıcı aynı zamandan önümüzdeki yıl yangın veri raporlamasının da uygulamaya alınacağını belirterek, şirketlerden üretim ve hasar bilgilerinin gelmesini beklediklerini ifade etti.

Sektörün teknolojiden beklentileri masaya yatırıldı

SBM 4. Yıllık Genel Değerlendirme Toplantısı'nın ikinci bölümünde ise sektörün teknolojiden beklentilerinin tartışıldığı bir panel düzenlendi. Aydın Satıcı'nın moderatörlüğünü üstlendiği oturumda Sompo Japan Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Murat Dişçi, AvivaSA Genel Müdür Yardımcısı Berkant Dişçigil ve Fibaemeklilik Genel Müdür Yardımcısı Erol Öztürkoğlu panelist olarak yer aldı.

Erol Öztürkoğlu, dijital ortamın sigorta sektörü için tehditlerle birlikte fırsatlar da getireceğini belirterek, "Zaman, mekan sınırlaması olmadan müşteriye doğru ürünlerle yaklaşma fırsatı sunan dijitalizasyon, bu alana yatırım yapmayan şirketleri ise maliyetlerin artması, müşteri devamlılığı sağlanamaması gibi riskler bekliyor" diye konuştu.

"Herhangi bir iş modelinde dijitali yok sayanın piyasada geleceği yok demektir" diyen Murat Dişçi ise acentelerin de teknolojiyi etkin kullanmaktan başka şanları olmadığını dile getirdi. Dişçi, dijitalizasyonun trafik poliçesiyle ayakta kalmaya çalışan acenteler için risk oluşturacağını da sözlerine ekledi.

Berkan Dişçigil, dijitalizasyonu koşu bandına benzeterek, "Koşu bandı üzerindeyiz ve bant hareket ediyor. Ya kenarlara tutunarak yavaşlamaya çalışacaksınız ya da 'Koşumu yapayım, bari fit olayım' diyeceksiniz" şeklinde konuştu. Dişçigil, statik yapının dışına çıkmanın ürün ve hizmetlerde farklılık yaratacağını ifade etti.

SBM ile sigortacılık inovasyonu nasıl olur?

Etkinliğin ikinci panelinde ise SBM'nin sigorta sektöründe inovatif çalışmalara katkısı Allianz Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Kaan Günay'ın moderatörlüğünde ele alındı. Panelde Acıbadem Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Emel Varol, Demir Hayat Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Dr. Bülent Eren ve Sompo Japan Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Şenol Ortaç konuşmacı olarak yer aldı.

Kaan Günay, SBM'nin Mobil Kaza Tutanağı'nı geliştirmemiş olması halinde her şirketin tek tek kendi uygulamalarını yapmak zorunda kalacağını, SBM'nin yapacağı ve sektöre sunacağı inovatif projelerin şirketlere önemli maliyet avantajları sağladığını belirtti.

Şenol Ortaç, SBM'de kullanılabilir büyük bir veri olduğunu ve SBM'nin teknolojik çözümlerle sunduğu bu veriyi sigorta şirketlerinin inovatif projelerle kullanması gerektiğini dile getirdi.

Dr. Bülent Eren ise SGK Medula verilerini SBM üzerinden kullanmak istediklerini, böylece tamamlayıcı sağlık ürünlerinin daha doğru fiyatlanacağı söyledi.

Mobil Kaza tutanağı yenileniyor



Mobil Kaza Tutanağı'nın tasarımının yenilendiğini söyleyen SBM Müdürü Aydın Satıcı, uygulamanın yeni tasarımıyla 2016 yılının ilk çeyreğinde yayında olacağını belirtti. Yenilenen Mobil Kaza Tutanağı'nın gelişmiş profili sayesinde kullanımının daha da kolaylaşacağını ifade eden Satıcı, uygulamaya video çekim özelliği ve gelişmiş senaryo çizimi özelliklerinin de ekleneceğini açıkladı. Yenilenen Mobil Kaza Tutanağı, en yakın hastane, eczane, tamirci bilgilerini de kullanıcıya sunacak.



SBM'nin sektörün inovatif çalışmalarına katkısı, ikinci panelde masaya yatırıldı.