

Demir Hayat Sigorta Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Hakan Tan

"Acentemizin internet erişimi olduğu her noktadan, bilgisayarı, tableti ve cep telefonu üzerin-den 7/24 müşterisine teklif sunabilmesini, poliçe kesebilmesini mümkün kıldık"

Demir Hayat olarak aracı kurumlarımız için en iyi motivasyon kaynağının, onların üretimlerine katkı sağlayacak girişimlerde bulunmak olduğuna inanıyoruz. Kendi içimizde oluşturduğumuz özel acente portföy destek birimi sayesinde acentelerimizin portföylerinden daha çok verim almalarını amaçlıyoruz. Ek olarak mevcut portföylerine kolaylıkla çapraz satış yapabilecekleri ürünler sunuyoruz. Bu ürünler klasik sağlık sigortalarında teminat dışı bırakılan bir takım özel operasyon ve hastalıkları teminat altına alan tamamlayıcı ürünlerdir. Kısacası orta ve uzun vadede acentelerimiz için sürdürülebilir karlılık hedefliyoruz.

Bunu başarabilmek için üzerinde çalıştığımız özel projelerimiz var. Bunlardan ikisini bu yıl hayata geçirdik. Bunlardan ilki teknolojik altyapımıza yaptığımız bir yatırımla ilgili. Ocak ayında acentelerimize tanıttığımız yeni bir satış sistemimiz var. DH Office – Online Sigortacılık Sistemi adını verdiğimiz bu yazılım, acentemizin internet erişimi olduğu her noktadan, bilgisayarı, tableti ve cep telefonu üzerinden 7/24 müşterisine teklif sunabilmesini, poliçe kesebilmesini, üretim raporları alabilmesini, tahsilat ve UW süreçlerini takip edebilmesini mümkün kılıyor.

İşleyiş mantığı açısından DH Office ilk bakışta sektördeki mevcut yazılım ve uygulamalara benzer gözükse de, karmaşık bir yapısı olan sağlık sigortası ürünlerinin satışına getirdiği kolaylık ile kısa sürede aracılarımızın ve tüketicinin beğenisini kazanmış bir yazılım.

DH Office kullanıcı dostu ara yüzü sayesinde birkaç dakika içinde, satış temsilcisinin kolayca teklif sunma-sını sağlıyor. Tüketici kendisine sunulan teklifi, ürünün tüm detayları ve ödeme seçenekleri ile görebiliyor. Dilerse farklı planlar arasında karşılaştırma yapabiliyor. Anlaşmalı kurum yapısını inceleyerek kendisi için en uygun, en hesaplı olan ürün planını seçebiliyor. Özetle DH Office sistemi aracı kurumlarımıza esneklik ve zaman kazandıran, onları gereksiz kırtasiye işlerinden kurtaran güzel bir uygulama oldu.

Aracılarımız için bu yıl başlattığımız bir diğer proje ise doğrudan yeni müşteri kazanımlarına olanak sağ-layacağına inandığımız referans paylaşımı projemizdir. Pazarlama ve iletişim faaliyetlerimiz sonucu almış olduğumuz izinli müşteri referanslarımızı bazı kriterleri yerine getiren aracı kurumlarımıza kazanım yapabilmeleri için veriyoruz. Şu an pilot uygulama olarak seçtiğimiz birkaç acentemizde denemelerimiz sürüyor, ilerleyen günlerde bu çalışmanın aracılarımıza katkısını ölçümleyip, uygulamayı daha da genişletmeyi düşünüyoruz.

Gelecek yılda yeni projelerimizi hayata geçirerek acentelerimizin üretim gayretlerine destek olmayı arzu ediyoruz.

2016 yılında acenteler için tartışılan konulardan belki de en önemli olanı gelecekte acentelerin geçirecekleri değişimdi. Bazı acenteler birleşerek kurumsal bir yapıya geçerken bu değişimi sağlayamayan acentelerin zamanla rekabet güçlerini kaybedecekleri öngörülüyor. Gelecek yıl acentelerin bu baskıyı daha da fazla hissedeceklerini düşünüyorum. Bu yüzden sektörün acentelerin kurumsallaşması için bir yol haritası çıkartması önemli. Bu noktada sigorta şirketlerinin de acentelerde kurumsallaşmayı teşvik edecek planlamalar yapması yerinde olacaktır. Bunun en etkili yollarından biri de şirketlerin kurdukları acente aka-demileridir.

Ek olarak acentelerimizin kurumsallaşma sürecinde, altyapı yenilemesinden, online satış ve pazarlama eğitimlerine kadar pek çok konuda ihtiyaçları olacak. Bu ihtiyaçların hızla karşılanması ve acentelerin geleceğin değişen tüketici trendlerine karşı hazır hale gelebilmesi sektör için hayati önem taşıyor.

Acentelerimizin geleceğe yönelik satış ve pazarlama stratejileri geliştirirken yakın gelecekte sektör için önemli bir satış kanalı haline gelecek interneti de göz ardı etmemeleri gerekiyor. Artık sadece bir web sitesi, Facebook sayfası açmak yeterli değil. Aracılarımız bu araçları kullanarak online satış ve pazarlama faaliyetlerine girişmeli. Bunun sağlanması içinde çoğu acentenin, sektörün ve sigorta şirketlerinin teşvikine ihtiyacı var. Bu alanlarda kendini geliştiren, kendine yatırım yapan acenteler gelecekte diğer satış kanallarına karşı rekabet güçlerini arttıracaktır.

Sektörün beyni olan TSB'nin de bu konuda hızlı hareket ederek, aracı kurumlara düzenli eğitimler vermesi gerekli. Hatta bu eğitimlerim bir bölümünün zorunlu hale getirilmesi başarı için önemli bir etken ola-caktır. Online satış ve pazarlama eğitimleri ile aracılarımıza tüketici ile etkileşimin farklı boyutları anla-tılmalıdır. Unutmayalım ki TSB'nin ve sigorta şirketlerinin aracı kurumlara bu bağlamda yapacağı her yatırım, sektörünün geleceğine yapılmış olacaktır.

Demir Hayat olarak biz, aracı kurumlarımız için bir eğitim takvimi hazırladık. Bu eğitim takvimi üzerinden yukarıda değindiğim konular hakkında aracılarımızla zaman zaman bir araya geleceğiz. Bu toplantılardan ilk ikisini bu yılın başında İstanbul'da gerçekleştirdik. Hem aracılarımızın ihtiyaçlarını tespit ettik hem de yeni oluşturduğumuz online satış sistemimiz hakkında eğitim verdik.

Gelecek dönem için bu toplantıların içeriklerini daha da zenginleştirerek acentelerimize gerek kurumsallaşma süreçleri gerekse dijitalleşmenin stratejik önemi hakkında bilgi vermeğe devam edeceğiz. Hazırladığımız çeşitli projelerle onları bu alanlarda daha iyi yönlendirmeyi hedefliyoruz.