

# “Dijital kanallardan müşteriye direkt satışın payı artacak”

KASIDER Başkanı Sema Tüfekçiler, tecrübeli isimlerle yaptığı röportaj serisine Cigna Finans Emeklilik ve Hayat Genel Müdürü Pinar Kuriş ile devam ediyor. Yeni satış kanallarının gelişim gösterdiğini belirten Kuriş, “Önümüzdeki dönemde dijital kanallardan müşteriye direkt satışın payının artacağını bekliyoruz” dedi.

KASIDER Başkanı Sema Tüfekçiler, tecrübeli isimler ile yaptığı röportaj serisi Cigna Finans Emeklilik ve Hayat Genel Müdürü Pinar Kuriş ile devam ediyor. Sektörde yeni satış kanallarının gelişim gösterdiğine dikkat çeken Kuriş, “Önümüzdeki dönemde dijital kanallardan müşteriye direkt satışın payının artacağını bekliyoruz” dedi.

## **Başarılı bir kadın liderin olmazsa olmaz 5 özelliği sizce ne olmalıdır?**

Kadınların erkeklerden farklı olduğu pek çok nokta olduğunu yıllardır konuşuyoruz. Bu anlamda kadının iş dünyasında daha çok yer almasının, özellikle şu anda azınlıkta kaldığı yönetim kadrolarında daha çok bulunmasının çeşitliliği artıracak ve bu sayede de şirketlerin çok daha dengeli, başarılı ve sürdürülebilir olacağı görüşündeyim.

Başarılı kadın lidere baktığımızda, pek çoğunun ortak özelliklerinin; çok yönlü düşünme kabiliyetleri, buldukları konuma daha zorlu geldikleri için çok daha çalışkan ve metanetli olmaları, takım çalışmasına yatkınlıkları, empati kurmaları ve odaklarına her zaman insanı koymaları ki özellikle bu pandemi döneminde kadın liderlerin erkeklere göre bu anlamda pozitif ayrıştığının çok canlı örneklerini hep beraber görüyoruz.

## **İş hayatında erkek çalışanın kadın çalışanda görmek istemediği 5 önemli özellik sizce nedir?**

Bu soruyu kadın ve erkek ayrımı yapmadan, çalışanlar birbirlerinden



ne bekler diye değiştirsek daha doğru olacak diye düşünüyorum. Güven, saygı, empati, ‘ben’ değil ‘biz’ diyen bir yaklaşım bekler diye düşünüyorum.

## **Global pozisyondaki başarılı bir kadın lider olarak, Türkiye ve global sektör coğrafyası arasındaki olumlu olumsuz farklılıkları paylaşır mısınız bizimle?**

Genel olarak sektörü değerlendirdiğimizde, gelişmiş ülkelerde müşteri farkındalığı ve sigortacılık ürünlerine talep çok daha yüksek seviyelerde. Bu

durumun da etkisiyle neredeyse tüm sigortacılık ürünlerinde ülkemizdeki penetrasyon oranları gelişmiş ülkelerin gerisinde kalmakta. Bu anlamda bardağın boş tarafının büyüme için ciddi bir fırsat alanı olarak değerlendirilebileceği görüşündeyim.

Hayat sigortacılığı özelinde bakıldığında ülkemizde banka kredisi bağlantılı hayat sigortası üretiminin çok ağırlıklı olduğunu görüyoruz. Gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında bu anlamda kredi bağlantısız prim üretiminde daha çok gidilecek yolumuz olduğu bir gerçek. Ülkemizde risklere karşı

koruma yani sigorta bilinci arttıkça sigorta sahipliği yükselecek ve kredi bağlantısı olmayan ürünlerin payı da buna paralel olarak artacaktır. Bunun dışında teknolojinin hızla gelişiyor olması müşteriye direk kanallardan daha ekonomik ürünlerle ulaşmak için fırsat alanları yaratmaktadır.

Sağlık sigortacılığı kapsamında ise genç bir nüfusa sahip olmamız ve devlet tarafından sağlanan sağlık hizmetlerinin oldukça geniş olması özel sağlık sigortası penetrasyonunun gelişmiş ülkelere göre çok daha düşük seviyede olmasının ana nedenleri olmakla birlikte dünyada olduğu gibi ülkemizde de uzayan insan ömrü sağlık maliyetlerinin artmasına sebep olmakta ve bu artış hem devleti hem de bireyleri sağlık harcamalarına fon sağlamak için alternatif araçlara yönlendirmektedir.

Bir diğer konuda sigorta ürününün dağıtım kanalları. Birçok ülkede geleneksel kanallar dışındaki alternatif dağıtım kanallarında önemli derecede artış gözlenmektedir. Ülkemizde ise geleneksel kanalların hakim olduğu bir yapı olmasına karşın, yeni satış kanalları da gelişim göstermektedir. Önümüzdeki dönemde dijital kanallardan müşteriye direkt satışın

payının artacağını bekliyoruz.

**İş kadınlarına iş ve özel hayatlarında daha konforlu olabilmelerini teminen tavsiyeleriniz neler olabilir?**

İnsanlar, yaşamlarını, farklı alanlarda birbirinden farklı rolleri yerine getirmeye çalışarak geçiriyorlar. Kadınlar erkeklerden biraz daha farklı olarak iş hayatındaki rollerinin yanı sıra ailelerine bakım vermekte daha aktif rol oynuyorlar. Fakat unutmamak gerekir ki iş ve özel hayat arasında iyi kurulmuş bir denge, yaşam kalitesini ve ruh sağlığını geliştirmek konusunda çok ciddi bir etken. Çalışırken işlerine, aileleri ile zaman geçirirken sevdiklerine odaklanmaları, zamanı kaliteli geçirmek ve iş ile özel hayat arasında denge kurmak konusunda oldukça önemli. Bunun yanı sıra ne kadar çok rolleri olursa olsun kendilerine de zaman ayırmaları ve bu zaman diliminde keyif aldıkları bir sosyal aktiviteyle uğraşmalarının da yaşam konforunu artırmak konusunda etkili olduğunu söyleyebilirim.

**Sigorta sektöründe lokal ve global olarak önümüzdeki beş yıl içerisinde ön gördüğünüz üç büyük risk ne olur? Neden?**

Sigortacılığın özünde aslında risk yönetimi var bildiğiniz gibi. Bu anlamda önümüzde bizi bekleyen riskleri değerlendirerek terzi olarak söküğümüzü kendimiz dikmemiz ve değişen ve gelişen dünyaya biz de sektör olarak adapte olmamız gerekiyor.

Hızla gelişen teknolojileri anlayıp kendimizi ve ürün ve hizmetlerimizi adapte ederek her geçen gün yenilenen bir yaklaşım ile müşterilerimize ulaşmamız çok önemli.

Global trendlere bağlı olarak ülkemizde de önümüzdeki birkaç yıl içerisinde teknoloji riskleri önemli bir yer tutacak. Burada gelişen teknolojilere uyum ve hatta ötesini planlamak önemli. Sadece bugünün ihtiyaçlarına yönelik olarak hareket edersek türk sigorta sektörü olarak bir adım geride kalabiliriz. Bunun dışında siber riskler, regülasyon riskleri de önemli bir yer tutuyor. İnsan kaynağımız açısında da kendimizi geleceğe ve gelecekteki ihtiyaçlarımıza göre konumlamalıyız. Bunlara ek olarak; uzun yaşama, çevresel risklerde son derece önemli. Tüm bu risklerin hem hayat hem sağlık sigortalarına önemli etkileri olacağına ancak sigortacılık için fırsatları da beraberinde getireceğine inanıyoruz.

