

2022'de acentelere değer katacak 5 öneri

Koronavirüs salgını birçok ülkenin hem sosyal hayatında hem de ekonomisinde büyük değişimlere yol açıyor. 2020 ve 2021 yıllarının ardından yeni yılda da küresel anlamda birçok sektörün iş yapış süreçlerinde değişiklikler bekleniyor. Değişimin etkisini sürdüreceği sektörlerin başında ise sigortacılık sektörü geliyor. 2022 yılının da alışkanlıklarımızı, çalışma biçimlerimizi, iş süreçlerimizi ve satın alma davranışlarımızı etkileyecek yıllardan biri olacağını belirten **Generali Sigorta Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Seydi Demir**, yeni yılda acentelerin mevcut yapılarına değer katacak öneriler paylaştı.

Generali Türkiye
Zeren Kurt Turan
+90 535 702 44 21
zeren.turan@generali.com.tr

Ajans Dijital Kalem
Özkan Özbey
+90 507 589 19 96
ozbey@ajansdijitalkalem.com

Dijital dönüşümün parçası olun

Teknoloji; sadece dijital poliçe basımında değil, müşteriye doğrudan dokunan süreçlerde; acente için dijital ortamda doğru müşteriye ulaşmada, risk kabul ve ön ekspertizi uzaktan yapabilmeye, hasar yönetiminde, uzaktan hasar ekspertiz hizmetinde, dijital pazarlamada, müşteri ilişkilerinde, hızlı hasar ödeme vb. her alanda dönüşümü beraberinde getiriyor. Acentelerin teknolojideki gelişime bu düzeyde bakmaları ve iş süreçlerinin merkezine koymaları artık daha fazla önem taşıyacak.

Dijital dünyayı önemseyin

İnternetin gelişimiyle paralel olarak ilerleyen sanal dünyayı dijital dünya olarak tanımlıyoruz. İlk dönemlerde sadece iletişim ve bilgi almak için kullanılan dijital dünyanın artık bir parçası durumundayız. İletişim ve bilgi alma dışındaki birçok işlem ve ihtiyaç için de dijital dünyayı kullanıyoruz. Önemi her geçen yıl artan dijital dünyada acentenizin dijital varlıklarına (web sitesi, sosyal medya hesapları vb.) yatırım yapmak artık bir gereklilikten öte zorunluluk durumunda. Acentelerin yeni yılda da dijital dünyaya yatırım yapmaları ve bu dünya içinde daha fazla yer almaları daha da önem kazanacak.



Müşteri memnuniyeti merkeze alın

Müşteriler, geçmişte satın alma kararlarını fiyat, kalite, bulunabilirlik gibi etkenlere bağlı olarak verirken, günümüzde memnuniyet düzeylerini göz önünde bulunduruyor. Bu önemli neden dolayısıyla, farklı dinamiklerin etkilediği müşteri memnuniyeti, sektörün itici gücü olan acenteler için de önemli bir unsur olmayı sürdürüyor. Acentelerin yeni yılda da hem iş yapılarının devamlılığı hem de karlılıklarının büyümesi için müşteri memnuniyetini her zamankinden daha fazla merkeze almaları gerekecek.

Servis kalitesini önemseyin

Müşterinin “tek seferlik” olmamasını sağlayan en önemli nokta hizmete dair bellekte yatan duygular ve deneyimlerdir. Bu duygu ve deneyimleri pozitif kılan ise servis kalitesidir. Acentelerin, pandemi dönemleri 2020 ve 2021 yıllarında olduğu üzere 2022'de de servis kalitelerini maksimumda tutmaları artı değer devamlılığı için önem taşıyacak.

Çalışılan şirketlerin finansal gücünü değerlendirin

Yeni yıl, sigorta şirketlerinin acentelerine sağlayacakları destek ve olanakların devam edeceği bir yıl olacak. Bu noktada acentelerin sunulan olanaklardan; desteklerden, eğitimlerden, webinarlardan, kampanyalardan vb. maksimum faydalanmaları acentelere önemli artı değerler sunacak.

Generali Hakkında:

Generali, uluslararası arenada güçlü varlığa sahip, bağımsız bir İtalyan Gruptur. 1831'de kurulan Generali, dünyanın lider sigorta şirketlerinden biri olup, 2020 yılındaki 70.7 milyar Euro toplam prim geliriyle 50 ülkede faaliyetlerini sürdürmektedir. Grup, dünya genelindeki 72.000'den fazla çalışanı ve 65.9 milyon müşterisiyle, Batı Avrupa'da lider konumda yer alırken, Orta ve Doğu Avrupa'nın yanı sıra Asya'da da giderek artan bir değerle varlığa sahiptir. Generali Grubu Corporate Knights 2020 yılı sıralamasında dünyanın en sürdürülebilir şirketleri arasında yer almıştır. Generali Sigorta A.Ş. ise 150 yılı aşkın süredir Türkiye'de faaliyet göstermektedir.