



Röportaj: Rabia Kübra Kanun

Mevcut iş kollarımıza önemli alt hizmetler eklemeyi sürdürüyoruz

Remed Assistance Genel Müdürü Faruk Ertuğ; *"Seyahat alanında satılan 10 sigorta poliçesinin sekizinin asistans hizmetini Remed olarak biz sağlıyoruz"*

Remed Assistance olarak ilk yarıda nasıl bir büyüme kaydettiniz?

Sektör olarak ilk yarıda dalgalı bir dönem yaşadık. Bildiğiniz üzere, ülkemizin geçirdiği ekonomik süreçte yukarı yönlü fiyatlar ve kontrol edilemeyen maliyetler nedeniyle zor zamanlardan geçiyoruz. Ancak bu süreci, müşterilerimizle karşılıklı anlayış çerçevesinde, güzel bir şekilde atlattık. İlk altı ayı, planlarımız ve bütçelerimiz dahilinde hedeflerimizde çok büyük sapmalar olmadan geçirdik. İkinci altı ayda da bu başarı grafiğini sürdürmeyi hedefliyoruz.

Remed Assistance global bir şirket. Bu alandaki büyüme gücünüz nasıl seyrediyor? Global bir firma olmanın avantajlarını büyüme ve gelişmenize nasıl entegre ediyorsunuz?

Uluslararası alandaki üyeliklerimiz ve faaliyetlerimiz bize çeviklik ve hız kazandırıyor.

Global bir firma olmanın hem avantajlarını hem de dezavantajlarını birlikte yaşıyoruz, dünyanın herhangi bir yerindeki gelişme bizi, iş planlarımızı hızlıca gözden geçirmeye ve gerekli önlemleri almaya yöneltiyor. Bu da her zaman çevik olmamızı sağlıyor. Bu çeviklikte 2001 yılından beri üyesi olduğumuz International Assistance Group'un da katkısı çok büyük.

1992 yılında kurulan International Assistance Group (IAG), asistans hizmetleri alanında işbirliğine odaklanan ve dünya çapında güçlü bir varlığa sahip 150'den fazla bağımsız asistans şirketi, hizmet sağlayıcı ve muhabir şirketlerden oluşuyor. Biz de, International Assistance Group'un ana hissedarı ve çekirdek üyesiyiz. Aynı zamanda 2016 yılından beri Remed Assistance IAG'nin yönetim kurulu üyesi.

Birkaç hafta önce Fransa'da IAG'ın yıllık 2025 yılı Strateji Toplantısı'na katıldım. Toplantı kapsamında yeni dönem stratejilerimizi, eylem planlarımızı ve en iyi uygulamaları ele aldık. Özellikle dünya çapında gerçekleştirilen en iyi asistans uygulamaları hakkında bilgi sahibi olmak, bunları ülkemize uyarlamak ve yapılan hataları da öğrenme lüksüne sahibiz. Dolayısıyla da bu uluslararası yapının bize tecrübe aktarımı ve know how konusunda ciddi katkıları oluyor. IAG bünyesinde hem en iyi uygulamalar hem de yaşanan başarısızlıklar paylaşıldığı için aynı hataları tekrarlamama veya doğru pratiklere en hızlı şekilde ulaşma konusunda da fayda görüyoruz.

ne olarak ilerledik.

Şirketimizin kuruluşundan bu yana, bütün iş birimlerimizin dengeli bir şekilde büyümesine ve bu sayede risklerimizi minimize etmeye önem verdik. Pandemi nedeniyle son 2 yılda ciddi düşüş yaşanan seyahat asistans alanında bu yıl iyileşme beklediğimiz için hazırlıklarımızı bu doğrultuda gerçekleştirdik. Seyahat asistans alanında ciddi bir büyüme planladık ve bu hedefimizi tutturduk. Yerel seyahat sigortası alanında pazar payımız yüzde 80'lere ulaştı. Satılan 10 poliçenin sekizinin hizmetini Remed olarak sağlıyor olmak gurur verici. Ayrıca turistin sağlığı (ülkemize gelen yabancı seyahat sigortası müşterileri) için verdiğimiz hizmetlerimizde de büyüme oranlarımız beklentilerimizin üzerinde seyretti. Global turizm sektöründe son normal yıl olan 2019'un yüzde 70'lerini yakalamayı hedeflerken, Temmuz sonu itibarıyla bu oranı yüzde 80'lere taşıdık. Bu alanda da beklentimizin yüzde 10-15 üzerinde bir iyileşme var.

Bu sene, geçtiğimiz yılın sonlarında başlayan özellikle akaryakıt ve araç fiyatlarında yaşanan süreçlerden dolayı yol yardım konusunda da hazırlıklıydık. Müşterilerimizin ve tedarikçilerimizin anlayışıyla geliştirdiğimiz dinamik fiyatlama ve çalışma modelleriyle hiçbir paydaşımızı mağdur etmeden sürdürülebilir bir yapıda hizmetlerin devam etmesini sağladık. Bu alanda temkinli bir büyüme hedefliyorduk, şu anda da o hedefler doğrultusunda ilerliyoruz.

Önemli bir diğer iş alanımız olan Kurumsal Hizmetler iş birimizde de özellikle Avita markasıyla sunduğumuz "Çalışan Destek Programı" alanında da büyüme hedef ve trendlerimize uygun bir gelişme yaşıyoruz, ilk altı ay itibarıyla bütçemize paralel büyüdük.

"Uluslararası alandaki gücümüz, bize tecrübe alanında destek sağlıyor"

2022 yılı içerisinde en çok hangi hizmetlerinizde gelişme hedefliyorsunuz? Hangi hizmetlere eğiliminiz daha fazla?

2021'in sonlarında, 2022'nin zor geçeceğinin sinyallerini almıştık. Dolayısıyla 2022 bütçelerini planlarken hem zorlu ekonomik koşulları hem de pandeminin yansımaları nedeniyle olabilecek değişiklikleri göz önü-



Son dönemlerde daha önce var olmayan ve yeni hayata geçirdiğiniz hizmetleriniz oldu mu?

Bazı alanlarda alt hizmet geliştirmelerimiz devamlı oluyor. International Assistance Group bünyesinde yararlandığımız ve oradaki strateji çalışmalarından faydalandığımız uluslararası trendleri takip ediyoruz. Seyahat alışkanlıkları çok değişti. Health & wellbeing uygulamalarına yaklaşımlar çok değişti. Mevcut hizmetlerimizden Avita, health&wellbeing'in ve corporate wellness'in bir kısmını karşılıyor. Trendleri takip ettiğimizde önümüzdeki dönem için hem dünyada hem de ülkemizde nüfusun yaşlanmasının getireceği hizmet ihtiyaçlarına yönelik altyapı çalışmalarımız var.

Yine işveren sorumluluğu alanında güvenlik çok ön plana çıktı. Uluslararası firmalarla ve

"Senenin ilk altı ayında karlılık göstergelerimizdeki pozitif ivmemizi koruduk ve ikinci altı ayda da bunu sürdürmeyi hedefliyoruz"

International Assistance Group bünyesinde geliştirdiğimiz bazı anlık, dünya çapında bilgi sahibi olduğumuz, bilgi akışına erişebildi-

ğimiz sistemlerle iş geliştirme çalışmalarımız var. Anlık olarak Tayvan'da olan bir seli haber alıp, o bölgede müşterimiz varsa ona anında bilgi verebilecek bir altyapı geliştirmesi yapıyoruz. Yeni ürünler biraz daha hayatımızdaki değişikliklere yönelik; güvenlik ihtiyacı, kişiselleştirilmiş asistans ihtiyacı... Asistans hizmetleri alanında önümüzdeki dönemde daha çok kişiye ve ihtiyaca özel bir talep yaşanacağını ön görüyoruz. Bu nedenle önümüzdeki dönemlerde B2C çalışmalara ağırlık vermeyi düşünüyoruz. Kişiyi özel ihtiyaca özel hizmetler geliştirme amacımız ön plana çıkacak.

Pazarlama ekibimizin desteği ile yaptığımız müşteri deneyimi çalışmalarının sonucunda müşterilerimizin sesini dinleyerek ihtiyaçlarına yönelik hızlı bir şekilde hizmetlerimizi geliştirdik. Pandemi nedeniyle hareket alanı

**"Avita markasıyla
sunduğumuz 'Çalışan
Destek Programı' büyük ilgi
görüyor"**

kısıtlanan ve evde daha çok vakit geçirmeye başlayan danışanlarımıza yönelik Bel, Boyun ve Sirt Ağrıları hizmetini devreye aldık. Ev bitkileri ve evcil hayvanlarla daha çok vakit geçirmeye başlayan danışanlarımız için Bitki Bakım Danışma Hattı ve 7/24 Veteriner Danışma Hattımızı hayata geçirdik. 2021 yılı AVİTA Değerlendirme Raporu sonuçlarına göre; Mart ayında Mali Bilgi Danışmanlık ve Psikolojik Danışmanlık en çok talep gören başlıklar olurken; Haziran ayında Sağlıklı Beslenme, Veteriner&Evcil Hayvan Danışmanlığı ve Genel Bilgi Hizmetlerinde (tatil organizasyonlarını içeren aramalarda) artış oldu.

Nasıl geri dönüşler aldınız, bu hizmetler çabuk benimsendi mi?

Çok çabuk benimsendi. Özellikle veteriner hizmeti klasik hizmetlerimizin birçoğunun önüne geçti. Veteriner hizmeti açılır açılmaz, uzun yıllardır sunduğumuz Mali Bilgi Hizmetleri'nden daha fazla talep gördü. Veteriner hizmetini duyan bazı müşterilerimiz büyükbaş ve küçükbaş hayvanlar için de hizmet talebinde bulundular. Yani hizmet hizmeti doğuruyor. Bitki bakımında da çok ciddi kullanım oranlarına eriştik. "Çiçeğim hastalandı, hangi sıklıkla su vermek lazım, hangi saatlerde güneş alsınlar?" gibi alanlarda sorular alıyoruz. Belki ileride bu alan içerisinden de bambaşka bir hizmet çıkacak.

Medikal asistans hizmetlerinde nasıl bir gücünüz olduğundan da bahsetmek isteriz...

Medikal asistans alanında hem yerel ve

uluslararası müşterilerimiz, hem de yerel ve uluslararası güçlü networkümüz sayesinde olası risk ve gelişmelerden çok hızlı haberdar oluyor ve gerekli önlemleri ivedilikle alabiliyoruz. Covid'in en yaygın ve seyahatleri etkilediği dönemlerde sigorta ve tur operatörü müşterilerimizden gelen taleple 2020 yılı sonunda poliçelere COVID teminatını ekledik ve bu alanda en önemli ihtiyaç olan PCR testleri için otomasyon çalışmalarına başladık. Bu önemli değişikliğin paralelinde, ilk metal yakalı çalışanımız REMY'i uluslararası hizmet ağımızda devreye alarak, turistlerin PCR taleplerini hızlı ve kolay bir şekilde yönetmeye başladık.

Yerel ve uluslararası alanda dört ödül sahibi olan REMY, bir müşterinin uçtan uca PCR testi organizasyonunu yapabiliyor. REMY hayatımıza pandemiyle birlikte girmiş olsa da, süreç otomasyonu ve müşteri deneyimi alanındaki stratejilerimiz doğrultusunda REMY'nin başarısını diğer iş kollarımızda da yaygınlaştırmaya başladık.

Yaz aylarının gelmesiyle seyahat asistans hizmetlerine nasıl bir talep var?

Pandemiden sonra seyahat asistans alanındaki trendler kabuk değiştirdi. Pandemiden sonra insanlar daha bireysel tatiller yapmaya yöneldiler. Deniz, kum, güneş konseptinden farklı olarak karavan seyahatleri, bisiklet kamp alanları ve macera odaklı seyahatlere yönelim oldu. International Assistance Group ile beraber, bu yeni konseptlere yönelik hizmet ve ürün geliştirmelerinin temellerini attık. Tabii burada reasürans iş ortaklarımız da kritik bir öneme sahip.

Yeni trendleri takip ederken, bir yandan da alışlagelmiş seyahat türleri için de hizmet geliştirmelerimiz devam ediyor. Özellikle seyahat iptalleri ve uçak rotaları alanında çalışmalarımız bulunuyor. Veriye dayalı analizlerle sigortalıya daha hızlı ödeme yapmaya imkan sağlayacak yeni bir hasar yönetimi sistemi üzerinde de çalışıyoruz. Hizmetin kendisi yerine sigortalının memnuniyetine odaklanan geliştirme çalışmaları, Remed olarak her zaman birinci önceliğimiz. Ekim ayında Yunanistan'da gerçekleşecek olan International Assistance Group'un 30'uncu yılı kutlamaları kapsamında, yıllık genel kurul toplantımızı gerçekleştireceğiz.

Global iş ortaklarımızla bu konuları masa-

ya yatıracağız. Genel Kurulumuzun hemen ardından, International Travel Insurance Conference'a (ITIC Global) katılımımız olacak. Bu etkinlik kapsamında en son seyahat trendleri, sigorta ve medikal asistans hizmetlerinin evrimi, hasar otomasyonu ve maliyet yönetimi stratejileri ile ilgili fikir alışverişinde bulunarak, global işbirliklerimizi güçlendireceğiz.

Şirket içindeki operasyonlarda pandeminin size getirdiği bir ivme oldu mu? Neler değişti iş süreçlerinizde?

2021 yılında Pazarlama Departmanımızın devreye aldığı müşteri deneyimi projesiyle müşterilerimizin yaşam döngüsünü uçtan uca incelemeye başladık. Bu çalışma, pandeminin de etkisiyle ciddi bir ivme ve öncelik kazandı. Müşterilerimize daha çevik ve yakın süreçler ve iş yapış şekilleri sunabilmek adına, tüm temas noktalarını ve iyileştirme alanlarını tespit ederek müşterilerimizi tüm faaliyetlerin odağına koymayı ve memnuniyetlerini artırmayı hedefledik.

Pandemi döneminde uzaktan çalışma ve sosyal mesafe zorunlulukları nedeniyle hizmet verme şeklimizde mecburi bir değişiklik yaşandı. Teknolojik gelişim ve otomasyona odaklanırken, mümkün olduğunca sigortalı ve hizmet sağlayıcı arasındaki insani dokunuşu ve empatiyi koruyarak otomasyon çalışmaları gerçekleştirdik.

360 derece yürüttüğümüz bu proje kapsamında gerçekleştirdiğimiz müşteri görüşmeleri ve memnuniyet anketi çalışmalarıyla da müşterilerimizin sesini dinledik. İş akışlarımız ve organizasyon yapımızdaki bazı süreçleri hızlandıracak aksiyonlar aldık. Bir yandan da tabii ki zorluklar yaşadık ama bir bütün olarak baktığımızda bu süreci iyi değerlendirdiğimizi ve yönettiğimizi düşünüyorum.

Sene sonu hedefleriniz nasıl şekilleniyor?

Her sene olduğu gibi iyimser durum, beklenen durum ve kötümser durum şeklinde çeşitli bütçelerimiz var. Şu anda A planıyla ilerliyoruz, B ya da C planlarını masaya koymaya şimdilik ihtiyaç görünmüyor. Bütçe ve planlarımıza uygun bir yarı yıl geçirdik, çok büyük ve beklenmedik bir durum yaşanmadığı takdirde sene sonu hedeflerimize ulaşacağımızı söyleyebiliriz.