

Acentelere 2022'de katkı sunacak 5 detay

Pandeminin tüm dünyayı etkilediği 2020'nin ardından, 2021 yılı da acenteler adına zor bir yıl oldu. Bu iki zorlu yılın ardından acenteleri yine zorlu geçecek bir yıl bekliyor. 150 yılı aşkın köklü geçmişiyle müşterilerine hizmet veren **Generali Sigorta**, 2022 yılına girmeye kısa bir süre kala, acentelerin iş süreçlerine ve müşteri ilişkilerine katkı sunacak adımları 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 varlığınıza yatırım yapın

Günümüzde her bireyin olduğu kadar işletmelerin de dijital dünyadaki varlıkları büyük önem taşıyor. Dijital formda kendine özgü değeri olan web sitesi, görseller, videolar, çizimler, ses dosyaları gibi tüm unsurlar acenteyi temsil eden dijital varlıklar olarak dikkat çekiyor. Acentelerin mevcutsa bu unsurların sürekliliğini sağlamaları, mevcut değilse dijital varlıklara yatırım yapmaları bir gereklilikten öte, zorunluluk olarak öne çıkıyor.

Sosyal medya ile hedef kitlenize dokunun

Türkiye'de toplamda 70 milyondan fazla internet kullanıcısı bulunuyor. Öte yandan ülke nüfusunun hemen hemen %75'i ise sosyal medya kullanıcısı. Dolayısıyla acentelerin başta sosyal mecralar olmak üzere, iş, ürün ve hizmetleri ile uyumlu tüm platformlarda yer almaları, hedef kitlelerine ulaşmak açısından büyük önem taşıyor. Ayrıca acentelerin sosyal medya mecralarında düşük maliyetlerle düzenli reklamlar vererek, ürün ve hizmetlerini bu mecralar üzerinden hedef kitleleri ile buluşturmaları da mümkün.

Değişen müşteri beklentilerini dikkate alın

Pandemi ile birlikte müşteri beklentilerinde de bir değişim söz konusu. Bu değişimin 2022 yılında ve sonrasında devam etmesi bekleniyor. Değişen müşteri beklentilerini analiz edemeyen acentelerin büyüememe, müşteri ve gelir kaybı gibi önemli sorunlarla karşı karşıya kalacağı öngörülüyor. Acentelerin finansal büyüme için öncelikle yüksek müşteri memnuniyetini ve beklentilerini merkeze



koymaları, müşteri ile daha fazla iç içe olmaları ve müşterilerinin ihtiyaçlarını kolaylıkla analiz edebilmeleri, yeni yılda değer yaratacak adımlar olarak öne çıkıyor.

Verilerden yararlanın

Başarılı olmak isteyen her acentenin mutlaka dikkat etmesi gereken noktalardan bir diğeri ise eldeki mevcut verileri de kullanarak müşteri memnuniyetini sağlamaktır. Müşterilerin doğum günleri ya da sosyal medya hesaplarını takip ederek paylaştıkları çocuk sahibi olma, yeni iş, terfi ya da yakın bir ismin kaybı gibi bilgileri kullanarak, müşteri deneyimini bir adım öteye taşımak mümkündür. Bu yöntem hem müşteriye daha yakın olunmasını hem de bağ kurulmasını sağlayacaktır.

Özgün deneyimler sunun

Pandemi döneminde olduğu üzere 2022 yılı da özgün adımlar atan acentelerin yılı olacak. Günümüz dünyasında müşteri memnuniyetiyle ilgili yapılan hataların başında, markaların ya da işletmelerin sıradan ve daha önceden sıkça yapılmış deneyimler sunmaları geliyor. Bu durumun müşterilerde sıkılganlığa ve sıradan olandan uzaklaşmaya neden olduğu sıkça dile getiriliyor. Bu gibi risklerden kaçınarak, daha önce yapılmamış ve müşteriler için özgün olacak deneyimler sunmanın, mevcut acenteyi diğerlerinden ayıracağını unutmayın.

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.