

Etkin Eğitim ve Yönetim Danışmanlık'ın acente memnuniyet araştırmasına göre

# Acente, müşterisini memnun eden şirkete bağlanıyor

**Acentelerin şirketlerle birlikteliğini devam ettirmek istemesindeki en belirgin faktörler arasında; hasar ödeme hızı, hasarın giderilmesi aşamasında verilen asistans hizmetlerinin hızla yerine getirilmesi ve şirketin hizmet akışındaki bilinirliği öne çıkıyor.**

**E**tkin Eğitim ve Yönetim Danışmanlık, acente ve sigorta şirketi arasındaki ilişki memnuniyetini masaya yatırarak ciddi bir araştırmaya imza attı. Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan şirketin Kurucusu Mehmet Muratoğlu, acenteleri şirketlerine olan bağlılıklarında nelerin daha çok motive ettiği ve bağlılıklarını sürekli kılan faktörlerin neler olduğu konusunda bir memnuniyet araştırması yaptıklarını kaydetti. Sigorta sektörünün temel işlevi olan hizmet üretme aşamasında çeşitli sorunlarla karşılaşıldığını söyleyen Muratoğlu,



Mehmet Muratoğlu

“Soruna karşı hizmet düzeltme işi iyi yapılırsa, yeni ürünlerle yüksek satışlar devam ettirilebilir. Ancak açığa çıkmamış ve dillendirilmemiş şikâyetlerin maliyetleri çok daha yüksek olmakta. Esasta tüm şikâyetler, temel amaçları müşterilerinin beklentilerini karşılamak olan ve bunda yetersiz kalan şirketler için birer ‘dikkat mesajı’ niteliği taşır. Acentelerse sorunlarını çözmek ve müşterilerindeki memnuniyeti artırma yolunda şirketlerinden sürekli destek bekleme eğilimindedirler” dedi.

## ACENTENİN NE MOTİVE EDER?

Muratoğlu, bu noktada yaptıkları araştırmayla ilgili olarak şunları söyledi: “Acentelerin şirketlerden aldığı destekten ne kadar mutlu oldukları, onları şirketlerine olan bağlılıklarında nelerin daha çok motive ettiği ve bağlılıklarını sürekli kılan faktörlerin neler olduğu konusunda tanımlayıcı ve neden sonuç ilişkisine dayalı bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma Yıldız Teknik Üniversitesi'nin danışman hocalarının gözetim ve denetiminde, İstanbul'da 223 acenteye iletişime geçerek, yüz yüze 65 farklı sorunun cevaplandırıldığı anket yönetimiyle gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada örnekleme kütlesi olarak rastgele seçilen acentelerin, acenteliğini yaptıkları şirketler; Acıbadem, Ak, Allianz, Anadolu, Axa, Chartis, DubaiGroup,Ergo,

Generali, Groupama, Güneş, HDI, Liberty, Mapfre Genel, Ray, Sompo Japan, Yapı Kredi, Zurich Sigorta olmuştur. Böylece bu çalışmada ; şirket ile acente arasındaki mevcut ilişkinin nasıl yürüdüğüne dair, tamamıyla objektif, bağımsız ve bilimsel veriye dayalı bir araştırma süreci tamamlanmıştır.”

Sigorta şirketlerinin müşterileriyle aralarındaki köprüyü meydana getiren acentelerin, pazardaki rekabet gücü açısından belirleyici olduklarının altını çizen Muratoğlu, “Araştırmanın amacı, acentelerin bağlı oldukları sigorta şirketlerinden beklentilerinin, hangi ilişki boyutunda ve nasıl bir memnuniyetle karşılandığının belirlenmesiydi. Ayrıca, acente memnuniyetinin altında yatan faktörleri saptayarak, bu faktörlerin acentelerin şirketlerine dönük bağlılıkları üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır” şeklinde konuştu.

## ACENTE MEMNUNİYETİ VE BAĞLILIK ARASINDAKİ İLİŞKİ

Mehmet Muratoğlu, acentelerin çalıştıkları şirketlere bağlılık düzeylerini açıklayan modelde, memnuniyet faktörlerinden “Finansal Süreç”, “Müşteri Değeri” ve “Acenteye Sağlanan Destek” faktörlerinin belirleyici ve birbirlerine yakın etkiye sahip olduklarının gözlemlendiğini aktardı. Şirketlerin sunduğu ‘Ürün Yeterliliği’nin boyutunun da bağlılık üzerinde anlamlı, ancak nispeten daha kısıtlı bir etki yarattığını söyleyen Muratoğlu, “Sistem ve teknolojik altyapı boyutu ise memnuniyetin açıklanmasında önemli bir yapı olmakla birlikte, acentelerin şirketlerine bağlılıklarına anlamlı düzeyde bir etki yaratmadığı gözlenmiştir” dedi.



## ŞİRKETE DÖNÜK BAĞLILIK BOYUTLARI NASIL BELİRLENDİ?

► Acentelerin şirketlerine dönük memnuniyetlerinin altında yatan boyutların tespiti için öncelikle pilot bir çalışma gerçekleştirilerek, bu boyutlara ait değişkenler belirlenerek memnuniyet ölçeği geliştirilmiştir.

► Sonraki aşamada 21 farklı şirketle çalışan ve tesadüfi olarak seçilen acentelerden, pilot çalışma ile oluşturulan anket aracılığıyla veriler toplandı.

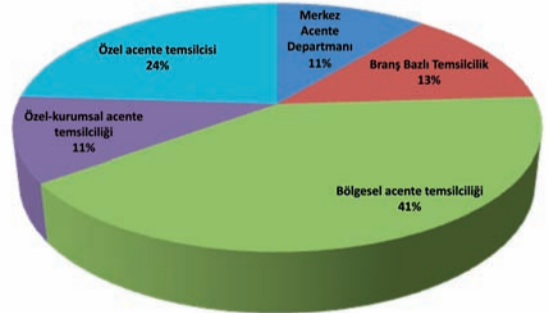
► Toplanan verilerle gerçekleştirilen istatistiksel analizler sonucunda acente memnuniyetinin altında beş ana boyut tespit edildi.



## ACENTE İÇİN NE ÖNEMLİ?

Muratoğlu, acentelerin şirketlerle birlikteliğini devam ettirmesindeki en belirgin faktörleriyse şöyle sıraladı: “Hasar ödeme hızı, hasarın giderilmesi aşamasında verilen asistans hizmetlerinin hızla yerine getirilmesi ve şirketin hizmet akışındaki bilinirliği acentelerin şirketlerle birlikteliğini devam ettirmelerinde etkili. Ayrıca, rekabetçi fiyatlar ve acenteye verilen destek, ilişkinin sürdürülebilirliğinde daha sonraki faktörler olarak görülmekte.”

## Acentelerin şirketleri ile iletişimlerinde tercih ettikleri kanallar



Acentelerin şirketlerine ulaşmasında ve iletişime geçme hızındaki noktayı ise kendilerine en yakın olan, yani bölgesindeki temsilci olarak belirlediklerini ileten Muratoğlu, “Bununla birlikte, acente sorunlarının farklılığı ve hızla çözümü bakımından da özel acente temsilciliğinin önemi ikinci sırada yer almaktadır. Buna ek olarak, şirketler acentelerin üretim yoğunluğuna göre branş bazlı acente temsilciliğini de kullanabilecekleri görülmektedir” dedi.

## ARAŞTIRMA NEDEN ÖNEMLİ?

► Acentelerin, yani iç müşterilerin memnuniyetlerini ve bağlılıklarını ölçebilmek, o şirketin pazardaki rekabet gücünün değerlendirilmesi açısından önemlidir.

► Acentelerin şirkete olan bağlılıkları sahip oldukları portföyler ve know-how sebebiyle önemle takip edilmesi gereken ve sürekli ölçülmesi gereken kilit bir alan oluşturmaktadır.

► Acentelerin memnuniyet ve bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin çözümlenmesi, sigorta şirketlerinin acenteleri ile ilişkilerini yönetebilmesi ve şekillendirebilmesi açısından kritik önem taşır.

► Acentelerden sağlanan geri bildirimler, pazarı daha yakından gözlemleyebilmek ve algılayabilmek için şirketlere önemli bilgiler sağlayabilir. Bu bilgiler, şirketlerin iç süreç yönetimlerini nasıl daha iyi hale getirebileceklerine yönelik temel veriler olacaktır.

## Acentelerin şirketleri ile çalışmayı sürdürmelerinde en belirleyici faktörler

