

"Orta büyüklükte bir şirketi satın almak istiyoruz"

130 yıllık Sompo Japan, Türkiye'de büyümeye odaklandı. Genel Müdür Recai Dalaş, kendilerini liderliğe taşıyacak orta büyüklükte bir şirket satın alabileceklerini söylüyor. Şirket, ucuz sigorta ürünleri çıkarmaya da devam edecek... ESİN ÇETİNEL / esin.cetinel@paradergi.com.tr

DOKUZ yıl önce Fiba Sigorta'yı satın alarak Türkiye pazarına giren Japon sigorta devi Sompo Japan, pazarda yakaladığı yüksek performans nedeniyle Türkiye'de büyüme kararı aldı. Türkiye'deki firmalarını liderliğe taşıyabilecek orta büyüklükte bir sigorta şirketinin satın alınmasına sıcak bakan firma yetkilileri uygun bir fırsat bekliyor. Sadece son iki yılda her yıl yüzde 40'ı aşan özsermaye karlılığı elde ettiğini bunun da Japon sermayedarlarını harekete geçirdiğini söyleyen Sompo Japan Sigorta Genel Müdürü Recai Dalaş, "Japon sermayedarımız sadece son iki yılda yatırdığı parayı neredeyse çıkarttı. Türkiye'deki şirketin başarılı olması Japon sermayedarımızın da 'Yeni fırsat var mı' sorusuna sıcak bakmasına neden oluyor" dedi.

İki milyonun üzerinde müşterisi üç milyona yakın da poliçesi bulunan Sompo Japan ürünlerinde müşterilerinin hasar üretme potansiyelini ölçerek fiyatlama yapıyor. 10-12 yıldır bunun üzerine çalışan Sompo Japan, bu modelleme sayesinde ortalama fiyatı 340 TL olan Mini Kasko'yu hayata geçirdi. 2019 yılında tıpkı Mini Kasko gibi diğer branşlarda da ucuz fiyatlı ürünler çıkarmaya devam edecekleri bilgisini veren Dalaş firmanın yeni projelerini, ürünlerini ve hedeflerini açıkladı...

2018'de zorlu bir ekonomik ortam yaşadık. Sektör ve Sompo Japan bu durumdan nasıl etkilendi?

Bu yıl 2,7 milyar TL prim üretimi ile sektör altıncısı olarak kapa-



tacağız. Bu da yüzde 6'nın çok az altında pazar payına işaret ediyor. Herkesin küçüldüğü bir dönemde biz yeni işe almalarla büyümeyi tercih ettik. Yarısını son üç yılda işe aldığımız personelimizin sayısı 600'ü geçti. Sigorta sektörü ekonomik sıkıntıdan görece gecikmeli etkileniyor. Tabii enflasyon ve kur artışı nedeniyle piyasa adetsel olarak daralıyor ancak poliçe fiyatlarında yaşanan artış ile bu aradaki açık biraz da olsa kapanıyor. Tabii bu dönemde bir miktar fiziki daralmalar da yaşanıyor. Şunu belirtmeliyim; Türkiye'de sigorta sektörü reel anlam-

da hep enflasyondan daha fazla büyür. Ama bu sene muhtemelen sektördeki reel büyüme bir miktar negatif olacak. Seneye de tahminlerimiz bu yönde.

Bu ortamda piyasaya daha ucuz ürünler çıkarmayı düşünüyor musunuz?

Bizim Mini Kasko olarak adlandırdığımız bir ürünümüz mevcut. Bununla fiyat hassasiyeti yüksek kesimleri hedefliyoruz. Çünkü kasko poliçelerinde ortalama primler bin TL'lerin üzerine çıkıyor. Sıkıntılı dönemlerde vatandaş-

bu parayı ödemek zor geliyor. Bu yüzden bu tür ürünler gerçekten işe yarıyor. Bunların benzerlerini diğer branşlarda da düşünüyoruz. Üzerinde çalışmalarımız var. Mini Kasko, trafik sigortası alan ama kasko almayan ya da alamayan kişileri kasko sigortası almaya ikna etmek üzere kurgulanmış bir ürün. Düşük primli... Ortalama fiyatımız 340 TL. Bu ürünün en önemli bileşeni riski doğru ölçebilmekten geçiyor. Yani amaç hasarı yüksek müşteriye onun hak ettiği primi uygulamak, bu sayede iyi sürüçüye de bu iyiliğinin kar-

Fotoğraf aşkına 70 ülke dolaştı

Recai Dalaş yoğun iş temposuna rağmen ne seyahatten, ne de fotoğraf tutkusundan vazgeçmiş. Yaklaşık 35-40 yıldır hem fotoğraf çekip, hem dünyayı dolaştığını söyleyen Dalaş, bu iki tutkusuna ilişkin şunları söylüyor; "Bugüne kadar 70'i aşkın ülkeye seyahat ettim. Beni etkileyen ülkelere ise birden fazla gittim. Mesela Hindistan'a 10 kez, Bali'ye altı kez gittim. Seyahat tutkum ile fotoğraf tutkum birbirini besledi. Bir

dönem vahşi yaşam fotoğrafçılığına yoğunlaştım. Bir televizyon kanalında cennet kuşlarını gördüm. Bunu çekmem lazım deyip Papua Yeni Gine'ye gittim. Brezilya, Kosta Rika, Endonezya, Şili, Peru, Alaska'ya sırf kuş fotoğrafı çekmek için gittim. Ancak kuş fotoğrafçılığı çok zaman gerektirdiği için daha sonra doğa fotoğrafçılığına yöneldim. Ben şehir gezmeyi sevmem. Bu nedenle gittiğim ülkelerde şehir merkezlerini tercih etmiyorum. Kırsal ve doğa üzerine yoğunlaşıyorum."



şılığında uygun fiyatlı ürün sunabilmek. Bu nedenle bu ürünümüz herkese açık ancak riske göre fiyat uygulamamız var. Şu anda iki milyonun üzerinde müşterimiz ve üç milyona yakın da poliçemiz var. Kendi istatistiklerimize göre kabaca her müşterimizin hasar üretme potansiyelini ölçüyoruz. Bu hesaplama konusunda 10-12 senedir çalışıyoruz; hala da çalışmaya devam ediyoruz.

Kur ve enflasyon artışı sektörde fiyatlara yansımaları mı?

Bu maliyet artışlarını fiyatlarımıza bir ölçüde yansıtık ama tabii hepsini değil. Mali gelirimizle bu maliyet artışlarını dengelemeye çalışıyoruz.

Peki, Sompo Japan merkezi Türkiye'ye nasıl bakıyor?

Geçmiş tecrübelerimden de gördüğüm kadarıyla; yabancı yatırımcılar bir ülkeye baktıklarında zannederken aslında o ülkedeki yöneticilerine bakıyorlar. Yönetim başarılıysa o şirketten de o ülkeden de memnun oluyorlar. Yönetim başarılı değilse ülkeden de şirketten de memnun olmuyorlar. Yani yönetim iyi iş yapmazsa sermayedar bunu yönetimden değil ülkeden biliyor. Bu sadece sigorta sektöründe değil tüm sektörlerde ve ülkelerde de rastlanan bir durum. Sermayedar para kazandıran ülkeyi sever. Sompo Japan ise başarılı olduğu ve para kazandığı için Türkiye'de çok mutlu. Sompo Japan Türkiye tam bir başarı hikayesi... 17 yıl önce 3,5 milyon dolar sermaye ile kurulmuş sekiz yıl sonra 350 milyon dolara satılmış bir firma. Sekiz sene içinde büyük bir değer artışı yakaladık. Merkez de bunun farkında, bizim kıymetimizi biliyorlar.

Bu zor yılı kârlı kapatabilecek misiniz?

Evet, hem de hedef üstü kapatacağız. Tabii döviz bazında değil, TL bazında... 250 milyon TL'lik bir kar bekliyorduk, sanıyorum 300 milyon TL ile tamamlayacağız. Sektörde net kar büyüklüğüyle ilk üç içindeyiz diye tahmin ediyorum. 2016 ve 2017'de özsermaye karlığımız yüzde 40'ın üzerinde. Bunun temel nedeni tamamen doğru tarife yapabilmeye yeteneği. Sadece bu işle ilgili çalışan personelimiz var.

Ne tür teknolojik yatırımlar yapıyorsunuz?

Ejento (Japonca "acente" demek) aplikasyonunu acentelerimizin kullanımına açtık. Artık acentelerimiz cep telefonlarını kullanarak poliçe kesebilecek duruma geldi. Sadece plaka ve T.C. numarası girerek poliçe düzenleyip, teminatı başlatıp, tahsilatını yapıp, daha sonra da poliçeyi kişinin adresine e-posta atabiliyorlar. Bunu yapabilmeleri için internet olması yetiyor. Ayrıca robotik proses optimizasyonu ve yapay zeka ile ilgili yürüyen projelerimiz var. 2019 ve sonrasında bunların bazılarını lanse edeceğiz. En yakın vadede, 1 Ocak itibarıyla müşterilerimize yönelik aplikasyonumuzu hayata geçireceğiz. İndirdiğinizde yalnız şirketle ilgili poliçelerinizi yönettiğiniz bir aplikasyon değil, hayatınıza değer katacak hayatınızı kolaylaştıracak özellikleri olan bir aplikasyona sahip olacaksınız. Yapanlar var ama bizimki daha etkin ve fonksiyonel olacak.

Şirket birleşme ve satın almalarına nasıl bakıyorsunuz?

Ben organik büyümeyi tercih ediyorum. Fakat şirket olarak inorganik büyümeye de kapalı değiliz. Şirketin başarılı

olması Japon sermayedarımızın "Yeni imkan var mı?" sorusuna sıcak bakmasına neden oluyor. "Türkiye'de satın alınacak şirket var mı" diye soruyorlar. Ama şu anda içinde bulunduğumuz ekonomik koşullar "görelim bakalım" durumu yarattı. Bazı küçük sigorta şirketleri zaman zaman satılıyor veya satışa çıkıyor. Ancak bizim için orta üstü firma olması lazım. Yani bizi liderliğe taşıyacak bir satın alma olmalı. Şu anda böyle bir firma var mı bilmiyoruz. Ama her an çıkabilir. Kapımızı çalan yok. Bu noktada istekliyiz. Anlamlı büyüklükteki şirket olursa ilgilenebileceğimizi söylüyoruz.

Japonların "Türkiye'de iyi para kazandı" gibi bir fikri var mı?

Hayır. Son iki yılda yüzde 41 ve 43 özsermaye karlığı ne demek. İki yılda nerdeyse koyduğu sermayeyi geri almış demek. Japonya'da büyüme yok. O nedenle stratejik olarak yurtdışı yatırımlarına giriyorlar. Çünkü Japonya'nın nüfusu azalıyor ve yaşlanıyor.

İç tüketim artmadığı için ülkede büyüme olanakları yok. Şu anda Japonya ekonomisinin en büyük sorunu nüfusları azalıyor. Geçen sene bir yılda nüfusları 400 bin azalmış. Bu pazarın küçülmesi demek. Bu nedenle dış yatırımlara sıcak bakıyorlar. En son Japon ana şirketimiz ABD'de 6,3 milyar dolara Endurance firmasını satın aldı.

Liderlik hedefiniz var mı?

Evet var. Ama biz liderlikten önce iyi şirket olmayı anlıyoruz. Bunun ardından prim liderliği gelir. Yaklaşık beş yıl içinde ilk üç firma içinde yer almak istiyoruz. Ama bizim asıl hedefimiz şirketin kalitesini daha da yukarı taşımak.

Sompo Japan
Sigorta Genel
Müdürü Recai Dalaş

Türkiye primde ikinci, kârda lider

Sompo Japan'ın 33 ülkede faaliyet gösterdiğini söyleyen Recai Dalaş, Türkiye'nin grup içindeki konumuna ilişkin şu bilgiyi verdi:

"Bizim Japonya'daki ana şirketimiz ağırlıklı olarak Uzakdoğu, ABD ve Avrupa'da faaliyet gösteriyor. Bu bölgelerde ağırlık kurumsal sigortalarda. Bireysel sigortacılıkta ise Brezilya, Türkiye ve Uzakdoğu'da varlar. Bireyselde Brezilya'dan sonra prim büyüklüğü açısından Türkiye olarak ikinci sıradayız. Kâr büyüklüğünde ise birinciyiz. Tabii Japonya hariç... Kurumsal iş yapan şirketler tabii ki çok daha büyük."