

Basın Bülteni**7 Mayıs 2026**

MetLife Türkiye’nin Katkısıyla Bankasüransta “Akıllı Büyüme” Rotası Çizildi

MetLife Türkiye’nin Altın Sponsorluğunda gerçekleştirilen 2026 Türkiye Bankasürans Zirvesi, sektörün önde gelen isimlerini bir araya getirdi. Zirve kapsamında düzenlenen “Gömülü Sigortacılık” panelinde ise finans dünyasında hızla dönüşen müşteri deneyimi, dijitalleşme odağında ele alınan stratejik adımlar ve sürdürülebilir büyüme modelleri konuşuldu.

Banka ve sigortacılık ekosistemini bir araya getiren Türkiye’nin ilk ve tek Bankasürans Zirvesi, “Reach4 Dönemi-Akıllı Büyüme Stratejisi” temasıyla gerçekleştirildi. MetLife Türkiye’nin Altın Sponsor olduğu 2026 Türkiye Bankasürans Zirvesi’nde, sektörün geleceği ve dijital dönüşüm stratejileri mercek altına alındı.

Zirvede, “Bankalar ve Finansal Kurumlarda Gömülü Sigortacılık (Embedded Insurance)” paneli dikkat çeken oturumlar arasında yer aldı. Moderatörlüğünü **MetLife Türkiye Banka Sigortacılığı, Kurumsal Çözümler ve İş Geliştirme Direktörü Aydın Çağlan**’ın üstlendiği panelde; dijital platformlar ve bankacılık ürünlerine entegre edilen sigorta çözümlerinin müşteri deneyimine etkisi değerlendirildi. **Çağlan**, panelde MetLife Türkiye’nin, bankasürans alanındaki tecrübesi ve lider yaklaşımıyla sektörel gelişime katkı sağlamaya ve ekosistemi güçlendirmeye devam ettiğini vurguladı. Panelde, bankasürans alanındaki dönüşümün merkezinde yer alan gömülü sigorta çözümleri çok boyutlu şekilde sektörün önde gelen temsilcileriyle birlikte ele alındı.

Panelde konuşan **DenizBank Hayat Sigortaları ve BES Ürün Yönetimi Müdürü Ezgi Gündüz** gömülü sigortacılığın uzun süredir bankanın stratejik öncelikleri arasında yer aldığını dile getirdi. Gündüz, kredi kartı, kredili mevduat hesabı (KMH) ve mevduat gibi temel bankacılık ürünlerine entegre edilen sigorta çözümleriyle müşterilere daha bütüncül bir deneyim

sunduklarını ifade etti. Verinin doğru analiz edilmesinin müşteri ihtiyaçlarını anlamada belirleyici olduğunu vurgulayan Gündüz, ürünlerin sade, anlaşılır ve müşteri odaklı şekilde tasarlanmasının önemine dikkat çekti.

Burgan Bank Sigorta Ürün Yönetimi Bölüm Başkanı Ebru Barhana ise, sigorta ürünlerindeki büyümelerini Burgan Bank dijital bankacılık markası ON Dijital'in dijitalleşme odağıyla birlikte, müşteri merkezli yaklaşımlarını geliştirerek devam ettireceklerini belirtti. Gömülü sigorta çözümlerinin başarısında doğru ürün, konumlandırma ve doğru iş ortaklıklarının kritik rol oynadığını ifade etti.

Trendyol Grup Sigorta Lideri Elifcan Çataloluk da sigorta ürünlerinin doğru müşteriyle buluşturulabilmesi için yoğun test ve deneme süreçleri yürüttüklerini ifade etti. Çataloluk, müşteri deneyiminin uçtan uca ele alındığını ve özellikle hasar anındaki deneyimin sürekli olarak analiz edilerek iyileştirildiğinin altını çizdi.

Panelde öne çıkan ortak mesaj ise gömülü sigortacılığın önümüzdeki dönemde bankasürans ekosisteminin en kritik büyüme alanlarından biri haline geleceği yönünde oldu.

MetLife hakkında:

MetLife, Inc. (NYSE: MET), kendisine bağlı ortaklıkları ve iştirakleri ("MetLife") aracılığıyla bireysel ve kurumsal müşterilerinin daha güvenli bir gelecek inşa etmelerine yardımcı olmak için sigorta ürünleri, yıllık gelir sigortaları, çalışan yan hakları ve varlık yönetimi alanlarında hizmet veren, dünyanın önde gelen finansal hizmet şirketlerinden biridir. 1868'de kurulan ve dünya çapında 40'tan fazla pazarda faaliyet gösteren MetLife; Amerika Birleşik Devletleri, Asya, Latin Amerika, Avrupa ve Ortadoğu'da pazar lideri konumundadır. Ayrıntılı bilgi için www.metlife.com adresini ziyaret edebilirsiniz.

Detaylı bilgi için:

Bersay İletişim Danışmanlığı

Özlem KAMER TERCANLI / 0505 356 67 56 ozlem.kamer@bersay.com.tr