



2026 Mayıs

Türkiye Sigorta Sektörü: Müşteri Deneyimi ve oCX Analizi



RAPOR HAKKINDA

Bu raporu nasıl hazırladık?

Bu rapor, Alterna CX ve Elephant iş birliğiyle hazırlanmıştır. Türkiye sigorta sektöründeki müşteri deneyimini ve oCX skoru analizini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Raporun amacı, 16 sigorta şirketine ait mobil uygulama ve tüketici şikayet platformu verilerini kullanarak sektördeki temel içgörülerini ve müşteri duyarlılıklarını keşfetmektir.

Sigorta şirketleri Google Play Store, App Store'daki sıralamalarına ve tüketici şikayet platformundaki review hacimlerine göre seçildi. Analizimiz Nisan 2024 ile Mart 2026 arasındaki kamuya açık değerlendirmeleri kapsamaktadır.

16

Sigorta şirketi

15,000

Müşteri geribildirimi

3

Veri kaynağı

04.2024 - 03.2026

Tarih Aralığı



ALTERNA CX

Elephant
experience and strategy design

ALTERNA CX HAKKINDA

Müşteri deneyimini iş sonuçlarına dönüştürüyoruz

Alterna CX, müşteri deneyimini somut iş sonuçlarına dönüştürmeye yardımcı olur. Geleneksel anketlerle sınırlı kalmaz; memnuniyet skorlarının ötesine geçerek rekabet içgörülerini ve dış veri kaynaklarını kullanır.

Bu sayede gelir artışını destekler, ürün kullanımını artırır ve müşteriden elde edilen değeri büyütür. Yapay zeka destekli platformumuz, aksiyona dönüştürülebilir içgörülerini hızlı ve maliyet etkin bir şekilde, teknik uzmanlığa ihtiyaç duymadan sunar. Böylece güçlü içgörüler her ölçekteki işletme için erişilebilir hale gelir.

Sigorta sektörü özelinde ise Alterna CX, müşteri deneyiminin en kritik anı olan hasar ve ihtiyaç süreçlerinde ortaya çıkan sinyalleri anlamayı kolaylaştırır. Müşterinin ne söylediğinden öte, ne yaşadığını ve hangi noktada memnuniyetsizlik oluştuğunu ortaya çıkararak, şirketlerin daha hızlı ve doğru aksiyon almasını sağlar.

alternacx.com

linkedin.com/company/alternacx

METODOLOJİ

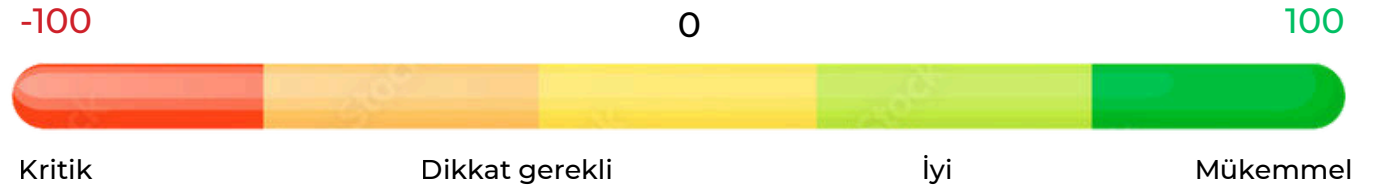
oCX nasıl çalışır?

oCX (Gözlemsel Müşteri Deneyimi), anket gerektirmeden müşteri deneyimi kalitesini ölçen NPS benzeri bir skordur. Alterna CX'in tescilli yapay zekasının kamuya açık müşteri yorum verilerine uygulanmasıyla elde edilir.

Her yorum **Pozitif**, **Negatif**, Nötr veya Sınıflandırılmamış olarak sınıflandırılır. oCX skoru şu şekilde hesaplanır:

$$\text{oCX} = (\text{Pozitif yorumlar} - \text{Negatif Yorumlar}) / \text{Toplam Yorum Sayısı} \times 100$$

Skorlar **-100** (tamamı negatif) ile **+100** (tamamı pozitif) arasında değişir. +50'nin üzerindeki skorlar mükemmel performansı gösterir. 0'ın altındaki skorlar net negatif müşteri deneyimlerini işaret eder.



ÖRNEK YORUM	oCX
Hasar sürecinde ekip oldukça ilgiliydi, işlemler beklediğimden kolay ilerledi.	10
Müşteri deneyimi gerçekten çok iyi, sorunsuz bir süreç yaşadım.	10
Uygulama fena değil ama bazı özelliklere alışmak biraz zaman alıyor.	5
Gerçekten çok başarılı bir deneyim sunuyor.	10
Hâlâ para iadem yapılmadığı için çok sinirliyim.	0
Hizmet kalitesi yüksek, fiyatlar da oldukça avantajlı. Doğru kullanınca iyi fırsatlar yakalanabiliyor.	10
oCX Skor Ortalaması	33

Genel oCX Skoru, NPS'e benzer şekilde hesaplanır. 9-10 puan verenlerin yüzdesinden, 0-6 puan verenlerin yüzdesi çıkarılarak bulunur.

ŞİRKETLER



GENEL BAKIŞ

Sigortacılıkta Müşteri Deneyimi Metriklerine Bakış

	Dijital Deneyimler App Store ve Google Play	Tüketici Şikayeti Platformu
Geri bildirim adedi	6.600	9.000
Ortalama oCX Skoru	29 +10.3%	-81 +4.7%
Pozitif Deneyimler	%59	%0
Negatif Deneyimler	%32	%81

TEMEL METRİKLER

Sayılarla Sektör

59%

Dijital kanalda pozitif deneyim

81%

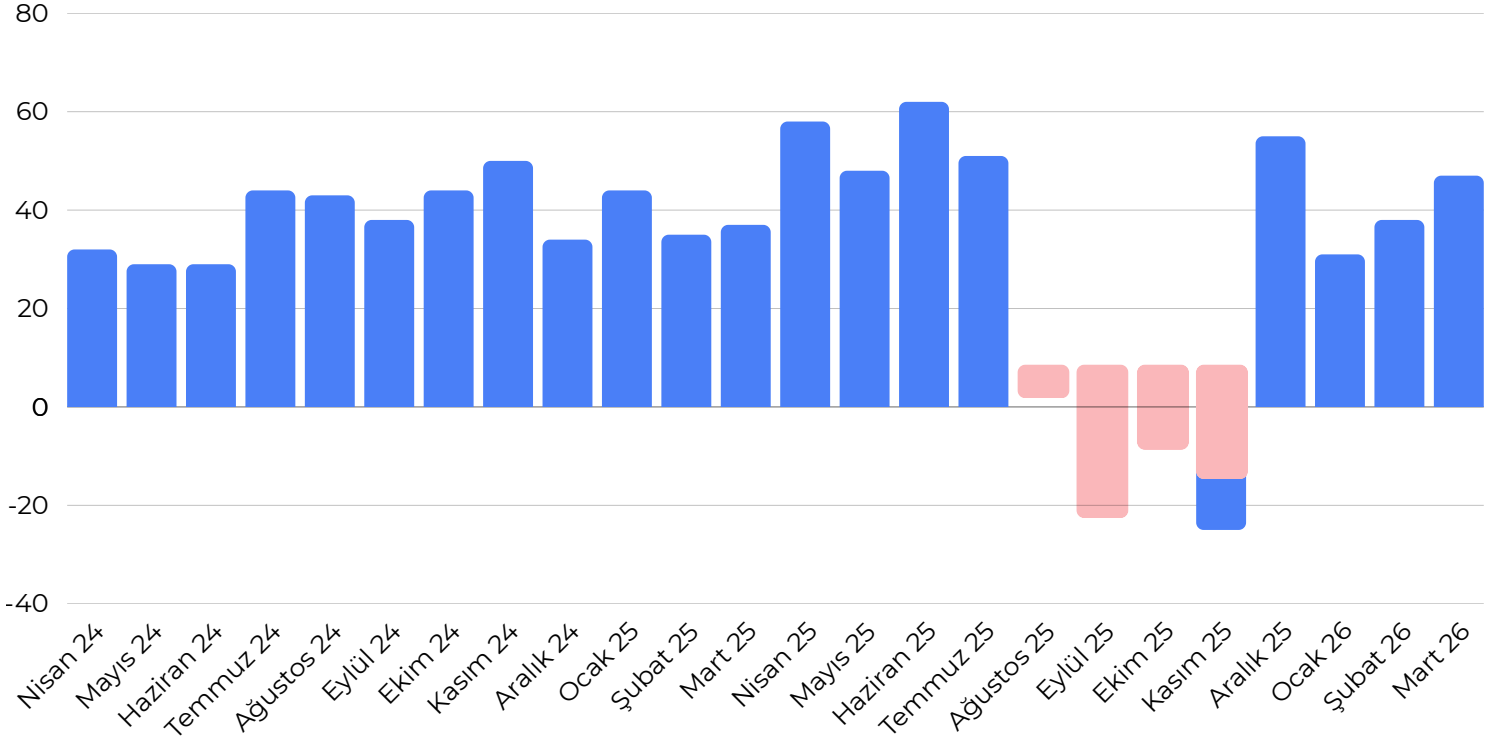
Şikayet platformunda negatif deneyim

+4.7%

Şikayet platformunda çeyreklik iyileşme

DİJİTAL DENEYİMLER

oCX Trendi - Son 24 Ay



2025 Ağustos–Kasım dönemindeki düşüşün olası nedenleri:

DataCollector Details:

AI Generated Segments for 1168 responses:

1. "Uygulamaya Giremeyen ve Kritik İşle..."

(Generated from 303 reviews)

Sürekli hata, SMS gelmeme, kimlik doğrulama ve güvenlik uyarıları nedeniyle uygulamaya hiç giremeyen veya çok zor giren; BES, poliçe, ödeme ve fon işlemlerini yapamadığı için güveni azalan ve şirket değiştirmeyi düşünen kullanıcılar.

Possible Actions:

Generation Date: 16-04-2026 12:26

2. "Güncelleme Döngüsünde Sıkışmış ve..."

(Generated from 173 reviews)

Uygulamayı aktif kullanmak isteyen ancak zorunlu güncelleme hataları, kısır döngü (uygulama güncel ama açılmıyor), cihaz uyumsuzluğu ve bozulmuş arayüz nedeniyle giriş yapamayan, fon değişikliği/ödemelerini yapamadığı için mağdur olup eski sürümü ve daha sade tasarımı özleyen

Generation Date: 16-04-2026 12:26

3. "Uygulamayı Seven Ama Kullanılabilirli..."

(Generated from 229 reviews)

Genelde uygulamadan ve kurumdan memnun, birikim ve yatırımlarını aktif takip eden; ancak arayüz karmaşıklığı, sık güncelleme, donma/açılmama, yazı boyutu, grafikler, fon getirilerinin görünürlüğü gibi kullanılabilirlik ve performans sorunlarına duyarlı, öneri ve

Generation Date: 16-04-2026 12:26

4. "Şeffaflık ve Erişim Sorunu Yaşayan BE..."

(Generated from 295 reviews)

BES ve sigorta ürünlerine girmiş, yüksek kesinti, düşük getiri, zor iptal, geç ödeme ve zayıf müşteri hizmetleri nedeniyle kendini dolandırılmış ve kandırılmış hissedilen; uygulamayı kullanmakta zorlanan, parasının akıbetini net görmek isteyen, güveni ciddi şekilde zedelenmiş müşteriler.

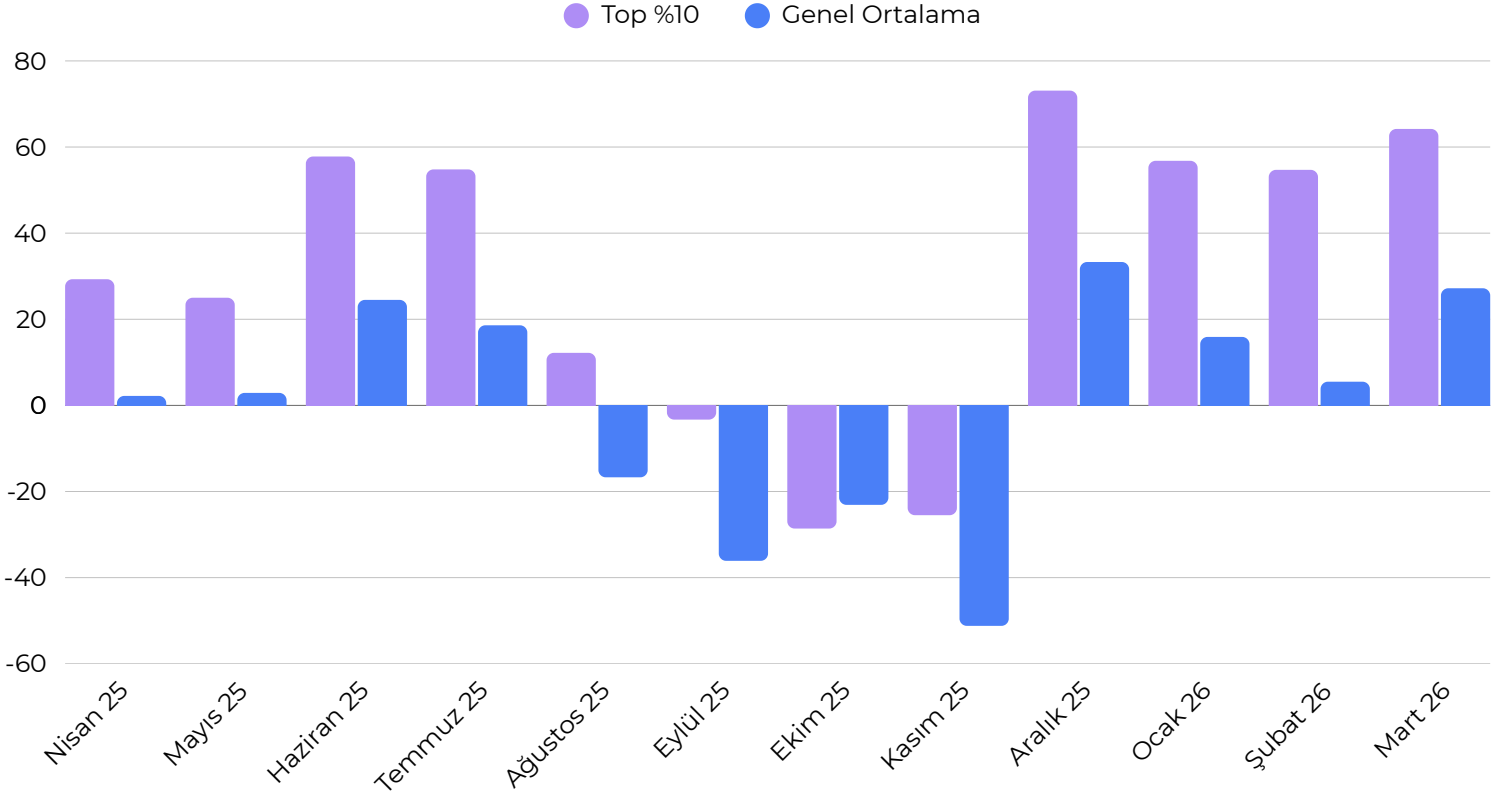
Generation Date: 16-04-2026 12:26

Regenerate ↻

2025 Ağustos–Kasım döneminde oCX skorlarındaki keskin düşüş, sektörde eş zamanlı yaşanan uygulama güncellemelerinden kaynaklanıyor. Özellikle Android platformunda birden fazla büyük sigorta şirketinin güncelleme süreçlerini aynı dönemde geçirmesi, kimlik doğrulayamama, uygulamaya hiç girememe ve uygulamanın düzgün çalışmaması gibi kritik kullanılabilirlik sorunlarını beraberinde getirdi. Bu sorunlar kullanıcı yorumlarına yoğun biçimde yansdı ve negatif review oranını önemli ölçüde artırdı.

DİJİTAL DENEYİMLER

oCX Trendi - Top %10 vs Genel Ortalama



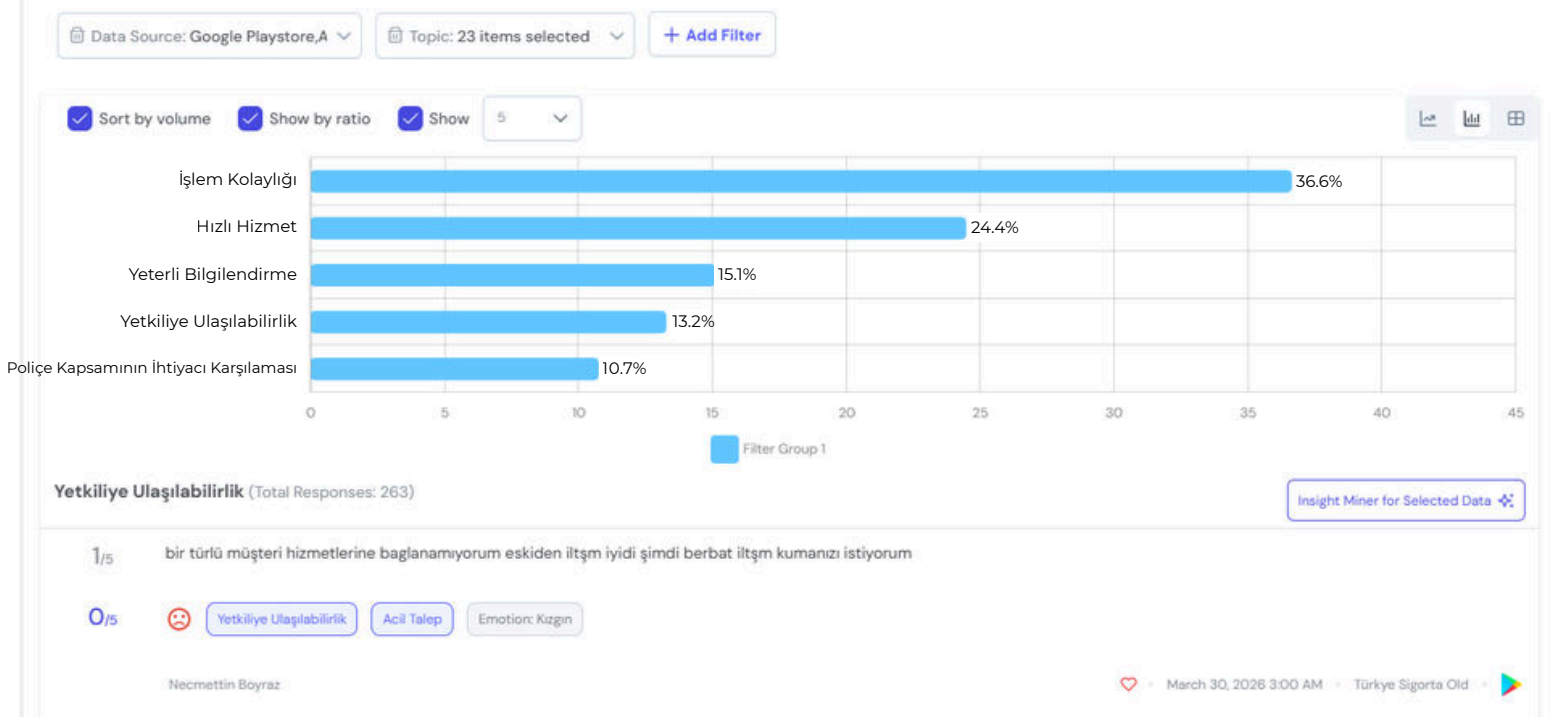
2025 Nisan–Temmuz döneminde Top %10 ve Genel Ortalama arasındaki makas oldukça belirgin; en iyi performans gösteren şirketler sektör ortalamasının çok üzerinde seyredirken genel ortalama sınırlı bir pozitif bant içinde kaldı. Bu ayrışma, müşteri deneyiminde üst segmentteki şirketlerin tutarlı bir avantaj yakaladığını gösteriyor.

Ağustos 2025'ten itibaren her iki grupta da sert bir düşüş gözlemlendi; Kasım 2025'te Genel Ortalama -50'nin altına inerek dönemin en derin noktasına ulaştı. Bu dönemde sektörün önde gelen şirketlerinin Android güncellemelerini eş zamanlı geçirmesi, kimlik doğrulayamama, uygulamaya hiç girememe ve performans bozukluğu gibi sorunları tetikledi. Top %10'daki şirketler bu dönemde de Genel Ortalama'nın belirgin üzerinde kaldı; bu da güçlü altyapıya sahip şirketlerin kriz dönemlerinde bile görece bir dayanıklılık sergilediğini ortaya koyuyor.

Aralık 2025 itibarıyla yaşanan güçlü toparlanmayla birlikte güncellemeler stabilize oldu ve biriken olumlu kullanıcı deneyimleri skora yansdı. Top %10, Mart 2026'da 60 puanın üzerine çıkarak dönemin en yüksek seviyesine ulaşırken Genel Ortalama da yaklaşık 25–30 bandına geri döndü.

DIJİTAL DENEYİMLER

En çok konuşulan 5 konu



Dijital kanallarda en fazla review alan konu İşlem Kolaylığı; bu da sigorta müşterilerinin uygulamayı öncelikle günlük işlem ihtiyaçları için kullandığını gösteriyor. Hızlı Hizmet ikinci sıraya yerleşmiş, teklif alma ve poliçe yaptırma süreçleri olumlu deneyimler üretirken hasar süreçleri ve uygulama performansı negatif tarafı besliyor. Yeterli Bilgilendirme ve Yetkiliye Ulaşılabilirlik konularındaki reviewların büyük çoğunluğu olumsuz; bu iki başlık, sektörün dijital kanalda en çok tıkanıp noktaları işaret ediyor.

Her bir konunun hangi alt başlıklardan beslendiğini ve pozitif ile negatif oranların nasıl dağıldığını bir sonraki sayfadaki Detaylı Kelime Öbekleri Analizi'nde bulabilirsiniz.

DETAYLI KELİME ÖBEKLERİ ANALİZİ

Top 5 konu, alt başlıklar

İşlem Kolaylığı

505 geri bildirim

- Basit poliçe işlemlerini uygulamadan kendi başına halledebilmek
- Hasar kaydı ve evrak yükleme süreçleri karmaşıklığı

%45

%33

Hızlı Hizmet

332 geri bildirim

- Teklif alma ve poliçe yaptırma hızından memnuniyet
- Uygulama yavaşlığı, donma ve hasar gecikmeleri

%45

%16

Yeterli Bilgilendirme

198 geri bildirim

- Uygulamadan ihtiyaç duyulan bilgiye ulaşamama
- Güncelleme/sistem hatası nedeniyle bilgilere erişilememesi

%37

%33

Yetkiliye Ulaşılabilirlik

182 geri bildirim

- Müşteri hizmetlerine bağlanamamak
- Telefon hattının IVR'da sonlanması / uygulama⇌telefon döngüsü

%40

%19

Poliçe Kapsamının İhtiyacı Kapsaması

168 geri bildirim

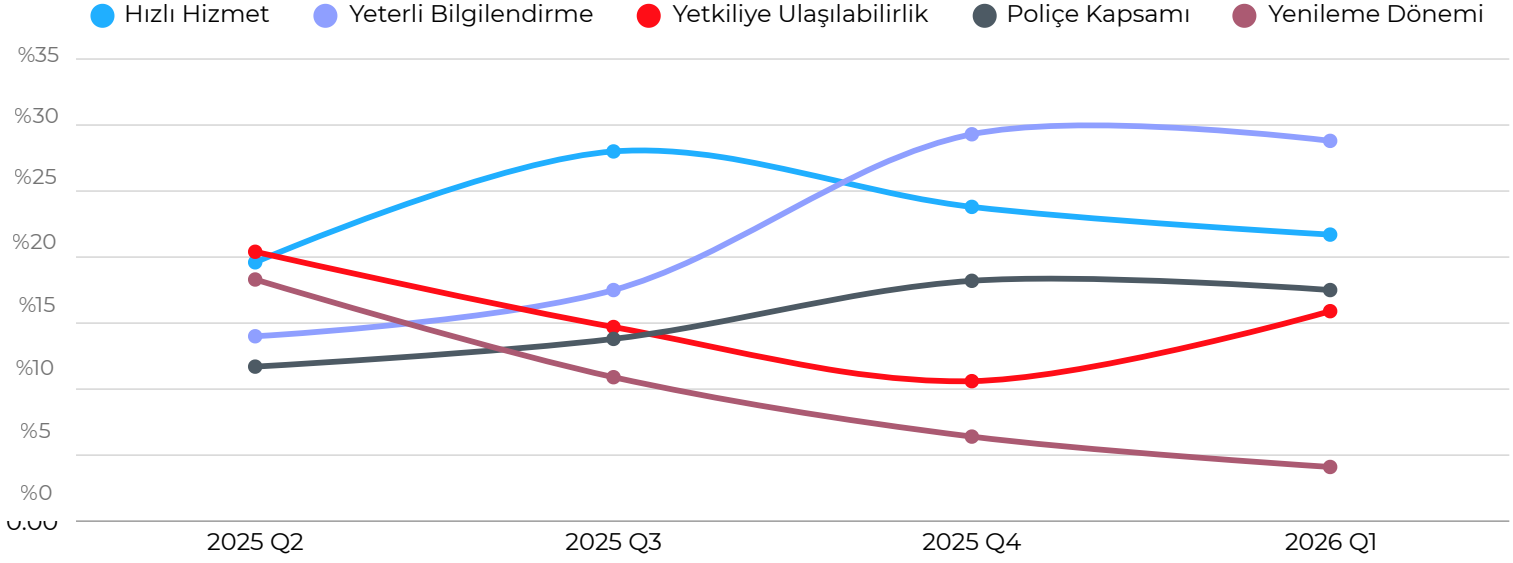
- Poliçe içeriğinden memnun olan kullanıcılar
- Kapsam dışı işlem tipleri ve uygulamadaki kısıtlamalar

%63

%23

HALKA AÇIK ŞİKAYET VERİLERİ VE PORTALLAR

En çok konuşulan konu trendi



AI Generated Segments for 288 responses:

1. "Çıkış ve Tazminat Süreçlerinde Tıkan..."

(Generated from 107 reviews)

BES, hayat ve işsizlik sigortası gibi ürünlerden ayrılmak, para iadesi veya tazminat almak isteyen; teknik hatalar, bitmeyen evrak talepleri, geciken ödemeler ve ulaşılamayan çağrı merkezi nedeniyle haftalarca/aylarca bekletilen, çoğu acil nakit ihtiyacı olan ve markaya güvenini kaybetmiş

2. "Sağlık ve konut hasarında oyalandığı..."

(Generated from 101 reviews)

Tamamlayıcı sağlık, konut, DASK ve hayat sigortası ürünlerini aktif kullanan; provizyon/onay, hasar dosyası, iptal/iade ve check-up randevularında ciddi gecikme, bilgi eksikliği ve haksız ret yaşadığını düşünen; sık sık müşteri hizmetlerini arayan, hukuki yollara başvurmayı

3. "Hasar Sürecinde Oyalandığını Düşün..."

(Generated from 78 reviews)

Hasar dosyası, pert/onarım kararı, parça tedariği, ödeme ve poliçe işlemleri haftalar-aylarca sonuçlanmayan; net bilgi, muhatap ve şeffaflık bulamadığı için araçsız kalan, iş ve gelir kaybı yaşayan, sık sık aramak zorunda bırakılan ve hukuki yollara başvurmayı düşünen bireysel ve



Insight Miner'ın bu segmentleri nasıl oluşturduğunu ve aksiyon önerme ile özet çıkarma gibi diğer özelliklerini keşfetmek için aşağıdaki butona tıklayın.

Insight Miner



KAPANIŞ

Türkiye sigorta sektörünün iki farklı veri kanalından yükselen sesi, birbirini tamamlayan ama farklı acı noktalarına işaret eden bir tablo ortaya koyuyor. Dijital kanallarda kullanıcılar en çok işlem kolaylığı ve hız üzerine konuşurken şikayet kanallarında öne çıkan konular hızlı hizmet beklentisinin karşılanmaması ve yeterli bilgilendirme eksikliği. Her iki kanalda da aynı başlıkların farklı yüzleriyle karşılaşmak, sektörün henüz tam anlamıyla kapamadığı bir uçtan uca deneyim boşluğuna işaret ediyor.

Emeklilik, Sağlık ve Hasar kategorilerindeki dağılım sektörün yapısal bir gerçeğini yansıtıyor: hasar reviewlarının şikayet kanalındaki payı dijital kanala kıyasla neredeyse iki kat. Hasar sürecini doğru yöneten şirketlerin bu asimetriyi kendi lehine çevirebileceği ve müşteri sadakatinde kalıcı bir fark yaratma potansiyeli taşıdığı görülüyor.

Önümüzdeki dönemde dijital kanalların ağırlığı artmaya devam edecek ve müşteri beklentileri buna paralel yükselecek. Mobil uygulamanın artık sadece poliçe görüntüleme değil, hasar ihbarından provizyon takibine kadar uçtan uca bir hizmet kanalı olarak konumlandırıldığı şirketler, bu rekabette öne çıkacak. Öte yandan halka açık şikayet kanallarının giderek daha fazla tüketici tarafından bir başvuru noktası olarak kullanılması, şirketlerin bu verileri reaktif değil proaktif bir sinyal kaynağı olarak değerlendirme baskısını artırıyor. Müşteri deneyimini anket beklemeden, gerçek zamanlı olarak izleyebilen şirketler bu dönüşümde en hazırlıklı konumda olacak.



Raporumuzu okuduğunuz için teşekkürler

Sorunuz veya görüşünüz varsa bizimle iletişime geçmekten çekinmeyin.

[Bize Ulaşın](#) →

alternacx.com

linkedin.com/company/alternacx