



افزایش سرمایه بیمه پارسیان

بیمه پارسیان همچنان
در سطح اول توانگری مالی
روندی صعودی دارد



◀ پوشش‌های اضافی

بیمه آتش‌سوزی را بیشتر بشناسیم



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان



صدور و ارزیابی انواع بیمه نامه های مهندسی

www.parsianinsurance.ir



شماره چهل و هفتم، مرداد و شهریور ۹۹



- مدیر مسوول: افشین نوری
- سردبیر: سیمین نصرالهی
- دبیر تحریریه: حمیده حاجی جعفر
- طراحی و اجرا: راوک گرافیک
- گرافیک و صفحه آرای: سمیه رفیعی
- مهدی حیدرزاده
- نشانی: خیابان ولی عصر، بالاتر از میرداماد
- خیابان قبادیان غربی، پلاک ۲۲
- کدپستی: ۱۹۶۹۶۳۳۴۳۱
- تلفن: ۴۲۱۶۹۳۴۱
- دورنگار: ۴۲۱۶۹۳۴۶
- پست الکترونیک: pr@parsianinsurance.com
- وبسایت: Www.parsianinsurance.ir

نشریه چتر از تمامی همکاران علاقه مند به همکاری در گردآوری مطالب نشریه چتر دعوت به عمل می آورد:

مطالب، آثار و مقالات خود را حداکثر تا بیستم هر ماه از طریق اتوماسیون اداری برای سرکار خانم حاجی جعفر و یا پست الکترونیک pr@parsianinsurance.com به مدیریت روابط عمومی ارسال نمایند.

مطالب می بایست با ذکر منابع، نام و نام خانوادگی و پست سازمانی ارسال کننده به صورت تایپ شده فایل (word) ارسال گردد.

برگزیده مطالب این شماره

بیمه پارسیان همچنان در سطح اول توانگری مالی روندی صعودی دارد

مردحوظ و برنامه بیمه پارسیان در گشکتاب اول توانگر کی: عملکرد مثبت این شرکت در بهبود نقدینگی و افزایش وصول مطالبات

افزایش سرمایه بیمه پارسیان

بیمه پارسیان سرمایه بیمه پارسیان

گشکتاب اول توانگر مالی: عملکرد مثبت این شرکت در بهبود نقدینگی و افزایش وصول مطالبات

بیمه پارسیان سرمایه بیمه پارسیان

افزایش سرمایه بیمه پارسیان

بیمه پارسیان سرمایه بیمه پارسیان

پوشش های اضافی بیمه آتش سوزی را بیشتر و تنگنیم

پوشش های اضافی بیمه آتش سوزی را بیشتر و تنگنیم

باشگاه مشتریان Loyalty Club / Customer Club

باشگاه مشتریان Loyalty Club / Customer Club

بیمه پارسیان همچنان در سطح اول توانگری مالی روندی صعودی دارد

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با اعلام بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران سطح توانگری مالی این شرکت همچنان در سطح یک صنعت بیمه قرار دارد.

نسبت توانگری مالی بیمه پارسیان در سال‌های اخیر همواره در سطح اول صنعت بیمه قرار داشته و برای سال جاری نیز این نسبت برای بیمه پارسیان محفوظ ماند. در متن تایید بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران آمده است؛ بر اساس اجرای ماده ۶ نحوه محاسبه و نظارت بر توانگری مالی موسسات بیمه برای بیمه پارسیان با توجه به صورت‌های مالی سال ۹۸ و همچنین محاسبات و تعدیلات جدید این شرکت ضمن حفظ سطح اول توانگری مالی نسبت به ارتقای آن اقدام و به کار خود ادامه می‌دهد. بر این اساس شرکت‌های دارای سطح یک توانگری مالی، شرکت‌هایی هستند که برای ایفای تعهدات خود در مقابل بیمه‌گذاران از توانایی کافی برخوردارند و بیمه مرکزی نیز تاکید دارد بیمه‌گذاران انتخاب بیمه‌گر خود این مورد را به دقت مدنظر داشته باشند.

گفتنی است بیمه پارسیان همواره سعی کرده در فعالیت بیمه‌گری خود به سبب پرتفوی مناسب، رشد فروش و مدیریت ریسک حرفه‌ای توجه داشته باشد تا همچنان به عنوان یک شرکت توانمند و حرفه‌ای در صنعت بیمه کشور جایگاه خود را حفظ و ارتقاء بخشد.



افزایش سرمایه بیمه پارسیان



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ سازمان بورس مجوز افزایش سرمایه این شرکت را از محل مطالبات حال شده سهامداران و آورده نقدی صادر نمود.

بر همین اساس بیمه پارسیان به منظور ارتقا رتبه توانگری مالی و پوشش ریسک قانونی این شرکت از محل مطالبات سهامداران و آورده نقدی اقدام به افزایش ۲۵ درصدی سرمایه خود خواهد نمود که به این ترتیب سرمایه بیمه پارسیان به مبلغ ۵۰۰۰ میلیارد ریال خواهد رسید. گفتنی است بیمه پارسیان با داشتن سطح یک توانگری مالی و همچنین تایید مجوز قبلی اتکایی از بیمه مرکزی، همچنان به عنوان یکی از توانمندترین شرکت‌های بیمه خصوصی کشور خدمات برتر خود را ارائه می‌نماید.



مدیر طرح و برنامه بیمه پارسیان در گفتگو با پول نیوز تاکید کرد: عملکرد مثبت این شرکت در بهبود نقدینگی و افزایش وصول مطالبات

مختلف بیمه‌ای صادر و حق بیمه‌ای بالغ بر ۱۱۶۰ میلیارد تومان حاصل شده است که نسبت به دوره مشابه سال گذشته حدود ۲۷ درصد رشد داشته است. نسبت خسارت نیز با پرداخت بیش از ۶۶۰ میلیارد تومان خسارت در ۵ ماهه سال ۹۹، با ۸ درصد بهبود به حدود ۵۷ درصد رسیده است.

مومنی معتقد است: هدف‌گذاری شرکت در سال‌های اخیر، در جهت بهبود ترکیب پورتفوی، افزایش سهم رشته‌های سودده، بهبود نقدینگی و افزایش وصول مطالبات، کاهش هزینه‌ها و پرهیز از توسعه رشته‌های زیان‌ده بوده است، که با جذب و نگهداری بیمه‌گذاران با ریسک مناسب، عملکرد قابل قبول و شایسته‌ای در این زمینه داشته است.

مهم‌ترین اقدامات و دستاوردهای بیمه پارسیان طی حدود یک سال و نیم گذشته (۱۳۹۸ و ۱۳۹۹) به شرح زیر می‌باشد:

- * دریافت مجوز افزایش سرمایه شرکت تا ۵۰۰ میلیارد تومان
- * اقدامات ویژه جهت کاهش تاثیر همه‌گیری ویروس کرونا از جمله ارایه پوشش رایگان درمان بیمه کرونا به بیمه‌شدگان بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری، فروش ویژه بیمه‌های مسئولیت برای پرستاران و کادر درمانی و نیز سایر اصناف پرخطر، طرح قردادانی از مدافعان سلامت شامل تخفیف در بیمه‌نامه‌های خودرو، آتش‌سوزی و...
- * کسب عنوان رقابت‌پذیرترین شرکت در صنعت بیمه کشور
- * کسب رتبه ۷۲ از بیست و دومین رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران (IMI-۱۰۰) توسط سازمان مدیریت صنعتی
- * دریافت سپاس‌نامه بهترین محل برای کار از جشنواره ملی بهره‌وری
- * کسب بالاترین سهم قبولی اتکایی در بین شرکت‌های بیمه خصوصی کشور با تایید بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران
- * استقرار سیستم جدید بیمه‌گری یکپارچه
- * بازنگری ساختارهای سازمانی شرکت، تشکیل "مدیریت آموزش"



◀◀ امیر مومنی مدیر طرح و برنامه بیمه پارسیان

مدیر طرح و برنامه بیمه پارسیان اظهار کرد: با توجه به عملکرد بیمه پارسیان در سال گذشته، روند مثبت این شرکت تداوم داشته است به نحوی که در ۵ ماهه نخست سال ۹۹، بیش از ۵۷۵ هزار بیمه‌نامه در رشته‌های مختلف بیمه‌ای صادر و حق بیمه‌ای بالغ بر ۱۱۶۰ میلیارد تومان حاصل شده است.

امیر مومنی مدیر طرح و برنامه بیمه پارسیان در گفتگو با خبرنگار پول نیوز در خصوص عملکرد این شرکت در سال ۹۸ و ۹۹ اظهار کرد: عملکرد فنی شرکت‌های بیمه به واسطه شاخص‌های مختلفی نظیر میزان پورتفوی کسب شده در تطابق با اهداف تعیین شده و نیز ضریب خسارت رشته‌های بیمه‌ای قابل ارزیابی می‌باشد.

وی افزود: در سال ۱۳۹۸، شرکت بیمه پارسیان، با صدور بیش از ۱۰۶۶ میلیون بیمه‌نامه، حق بیمه‌ای بالغ بر ۲۸۵۰ میلیارد تومان را کسب کرده است که این مبلغ نسبت به سال گذشته ۳۸.۵ درصد رشد داشته و حدود ۱۱۲ درصد از اهداف انتظاری شرکت را محقق نموده است. در همین بازه، بیمه پارسیان حدود ۱۵۰۰ میلیارد تومان نیز خسارت به بیمه‌شدگان و زیان‌دیدگان پرداخت نموده است که با وجود افزایش هزینه‌ها در سال‌های اخیر، بهبودی حدود ۱۸.۵ درصد در نسبت خسارت پرداختی شرکت حاصل شده است.

مدیر طرح و برنامه بیمه پارسیان بیان کرد: در سال جاری، روند مثبت عملکرد بیمه پارسیان تداوم داشته است. به نحوی که در ۵ ماهه نخست سال ۹۹، بیش از ۵۷۵ هزار بیمه‌نامه در رشته‌های

و ایجاد ساختار برای واحدهای سرپرستی مناطق

* تشکیل و راهبری کمیته محصول و ارایه محصولات جدید مانند بیمه صندوق امانات، بیمه بدنه پیمایشی، بیمه سرمایه‌گذاران خطرپذیر، طرح قلم پشتوانه زندگی، طرح سرمایه‌گذاری بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری در صندوق لوتوس پارسیان و...

* اجرای طرح فروش ویژه بیمه آتش‌سوزی منازل مسکونی (طرح آرامش)

* افتتاح ساختمان جدید شعبه کرمان و شعبه شمال شرق تهران

* انجام مطالعات، تهیه برنامه جامع عملیاتی و اقدام جهت اخذ مجوز تاسیس شرکت بیمه اتکابی پارسیان

* کسب سطح یک توانگری مالی در ارزیابی بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران برای ششمین سال پیاپی

مدیر طرح و برنامه بیمه پارسیان در پاسخ به این سوال که برنامه شرکت برای افزایش ضریب نفوذ بیمه چیست و چه کارهایی برای افزایش این ضریب باید صورت گیرد تا در جایگاه واقعی قرار گیریم؟ عنوان کرد: ضریب نفوذ بیمه در هر کشور به واسطه استقبال مردم آن کشور از بیمه و بیمه‌گری قابل افزایش خواهد بود. چنانچه در یک محدوده جغرافیایی، عموم مردم نسبت به مزایای بهره‌مندی از خدمات بیمه‌ای آگاه باشند و به صورتی تسهیل شده این خدمات را دریافت نمایند، نرخ استفاده از این خدمات افزایش یافته و به تبع آن ضریب نفوذ بیمه نیز بالاتر خواهد رفت. از سوی دیگر هر اندازه صنعت بیمه بتواند محصولات و خدمات نوینی را به منظور برآورده‌سازی نیازهای جدیدی از مشتریان توسعه دهد، این امر نیز به ارتقای سطح نفوذ بیمه در کشور منجر خواهد شد.

وی افزود: در بعد آگاه‌سازی جامعه این وظیفه دولت، نهاد سیاست‌گذار و مجموعه‌های آموزشی و فرهنگی است که با تبیین سیاست‌های فرهنگ‌سازی مناسب زمینه را برای ترویج فرهنگ بیمه در میان جامعه فراهم کند و خود صنعت بیمه نیز با ایجاد بسترهای انتقال مناسب اطلاعات به مشتریان و عامه مردم این روند را تسهیل نماید.

مومنی در ادامه مطرح کرد: بیمه پارسیان در سایه فعالیت‌های نهادهای سیاست‌گذار، حرکت کرده و با توجه به مسئولیت اجتماعی خود گام‌های موثری را در این زمینه برداشته است. آموزش مستمر شبکه فروش شرکت به منظور به‌روزرسانی اطلاعات ایشان در حوزه‌های کاری و ایجاد روند صحیح انتقال اطلاعات بیمه‌ای به مشتریان در این راستا بوده است.

مدیر طرح و برنامه بیمه پارسیان ابراز کرد: ساخت مدرسه در مناطق

زلزله‌زده و تامین لوازم التحریر برای دانش‌آموزان این مدارس از دیگر اقداماتی بوده که در راستای آشنایی نسل جوان با مقوله بیمه به انجام رسیده است.

وی عنوان کرد: در بعد تسهیل استفاده از خدمات بیمه‌ای شرکت بیمه پارسیان با توسعه شبکه فروش خود در مناطق کم‌بهره از این خدمات، استانداردسازی فرایندهای کاری و مدیریت صحیح آن‌ها و به‌روزرسانی زیرساخت‌های فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات خود در نیل به استفاده آسان‌تر و سریع‌تر مشتریان از خدمات بیمه‌ای حرکت کرده است.

مومنی خاطر نشان کرد: بیمه پارسیان نسبت به گسترش فعالیت‌های خود در بخش‌های بکر بازار بیمه کشور اهتمام ورزیده و با توسعه محصولات نوین بیمه‌ای طیفی از خدمات را ایجاد کرده که با برآورده‌سازی نیازهای بیمه‌ای جدیدی از مشتریان زمینه را برای افزایش ضریب نفوذ بیمه در کشور فراهم خواهد آورد. از جمله این خدمات و محصولات، می‌توان به بیمه صندوق امانات، بسته بیمه‌ای یگان حفاظت از محیط زیست و طرح‌های بیمه‌ای ویژه نوجوانان و بانوان اشاره نمود.

مهم‌ترین گام‌هایی که برای تداوم حرکت در مسیر توسعه و افزایش ضریب نفوذ بیمه باید پیومود، به این صورت است که:

* تحلیل محیط جهت تعیین دقیق اهداف، ترسیم استراتژی‌های مناسب و تدوین برنامه‌های اجرایی و عملیاتی کارا و اثربخش.

* طراحی محصولات و پوشش‌های بیمه‌ای جدید و شناسایی بازارهای هدف جدید برای محصولات فعلی سازمان.

* بسترسازی جهت ایجاد یا ارتقای فروش اینترنتی محصولات و استفاده از فن‌آوری‌های روز جهت ارتقای سطح خدمات.

* قیمت‌گذاری مناسب روی محصولات بیمه‌ای، ارایه تخفیف‌های رقابتی و اجرای طرح‌های فروش مناسبی.

* ارتقای کمی و کیفی شبکه فروش از طریق جذب نمایندگان کارگزاران با کیفیت و برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی.

* ارتقای فنی و کیفی کارکنان ستادی و شعب از طریق برگزاری یا حضور در دوره‌های آموزشی و ارایه مشوق‌ها و انگیزش‌ها.

* ترفیع و ترویج خدمات از طریق تبلیغات موثر و به‌روز از کانال‌های رسانه‌ای مختلف، برگزاری یا حضور در رویدادهای مختلف و استفاده موثر از شبکه‌های مجازی یا برنامه‌های کاربردی.

* تسهیل و تسریع در فرایندهای مختلف سازمان و افزایش چابکی در تصمیم‌های سازمانی با توجه به برنامه‌های استراتژیک.



بیمه پارسیان مراسم سوگواری سرور و سالار شهیدان اباعبدالله الحسین (ع) را به شیوه متفاوت برگزار کرد

پشتیبانی و مدیریت سرمایه‌های انسانی در راستای حمایت از قشر زحمتکش و خدمت رسان نیروهای خدماتی و رانندگان این شرکت گرفته شد و با مساعدت نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل این مهم اجرایی گردید.

در سال‌های گذشته برگزاری مراسم عزاداری سرور و سالار شهیدان اباعبدالله الحسین (ع)، در ساختمان مرکزی بیمه پارسیان برگزار می‌شد و همواره با استقبال مدیران ارشد و کارکنان تمامی شعب تهران همراه بود که با توجه به اهمیت موضوع پیشگیری از شیوع بیماری کرونا و اجرای هر چه بهتر پروتکل‌های بهداشتی طبق موازین ستاد ملی کرونا، گرامیداشت این مهم به شیوه متفاوت برگزار گردید.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، طبق آیین هر ساله با توجه به فرارسیدن ایام محرم و برپایی مراسم سوگواری سرور و سالار شهیدان اباعبدالله الحسین (ع)، مراسمی به همین مناسبت در ساختمان مرکزی بیمه پارسیان برگزار می‌شد که با توجه به لزوم‌های اجرای پروتکل‌های بهداشتی مصوب و رعایت دستورالعمل ستاد ملی مبارزه با کرونا به منظور پیشگیری از شیوع این بیماری، با مساعدت آقای ایوب‌رحسین، نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بودجه برگزاری این مراسم در راستای حمایت از همکاران خدمت رسان این شرکت اختصاص یافت.

بنا بر این گزارش، این تصمیم مهم به درخواست مدیریت امور



آغاز جشنواره انتخاب برترین نماینده فروش بیمه‌های آتش سوزی

■ پرفروش‌ترین نماینده هر شعبه در فروش بیمه‌های طرح آرامش در سیستم فن آوران در فصل پاییز: ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
خاطر نشان می‌سازد شرط ورود نمایندگان به هر یک از طرح‌های فوق الذکر فروش حداقل ۵۰ بیمه‌نامه آتش سوزی در طرح مربوطه با حداقل جمع حق بیمه به مبلغ ۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال در فصل پاییز می‌باشد. معیار شناسایی برترین نماینده‌ها مبلغ خالص فروش بیمه‌های آتش سوزی پس از کسر الحاقیه‌های برگشتی و بدون لحاظ مالیات بر ارزش افزوده می‌باشد.

می‌باشد و در پایان پس از رتبه بندی نمایندگان بر اساس شرایط اعلام شده از سوی مدیریت بیمه‌های آتش سوزی که در ذیل به آن اشاره شده است، از نمایندگان برتر این جشنواره قدردانی خواهد شد.

■ نفر اول پر فروش‌ترین نماینده هر شعبه در سیستم فن آوران در فصل پاییز (بدون لحاظ بیمه نامه‌های طرح آرامش): ۱۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال
■ نفر دوم پر فروش‌ترین نماینده هر شعبه در سیستم فن آوران در فصل پاییز (بدون لحاظ بیمه‌نامه‌های طرح آرامش): ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، در راستای تحقق اهداف بیمه‌های آتش سوزی و همچنین افزایش انگیزه شبکه فروش، مدیریت بیمه‌های آتش سوزی در نظر دارد جشنواره‌ی پاییزه فروش بیمه‌های آتش سوزی را برای شبکه فروش در فصل پاییز آغاز نماید.

بر اساس این گزارش با توجه به استقبال نمایندگان در سال‌های گذشته، برپایی این طرح تشویقی جهت پیشبرد اهداف و رسیدن به پرتفوی انتظاری بیمه‌های آتش سوزی از یک مهرماه تا پایان آذرماه سال جاری

گفتگو با لیلا مشکانی مدیر بیمه های آتش سوزی

حفظ و نگهداشت مشتریان فعلی و تمرکز بر جذب بیمه گذاران جدید از اهم برنامه های این مدیریت می باشد

پرونده های سیل در حال تکمیل و پرداخت بودند که زلزله های خفیف به وجود آمدند و پس از آن حوادث و اغتشاشات آبان ماه مجدداً موجب اعلام خسارت های متعدد علی الخصوص برای بانک های تحت پوشش گردید، در پایان سال نیز برف سنگین در شهر های انزلی، رشت و لاهیجان فشار کاری فراوانی بر همکاران شعب مزبور و این مدیریت وارد نمود که خوشبختانه تقریباً کلیه موارد خسارت سال گذشته بررسی و تعیین تکلیف گردیده اند.



چه طرح هایی برای پرتفوی سال ۹۸ بیمه آتش سوزی اجرا شد و تا چه حدی موفقیت آمیز بود؟

با توجه به وضعیت دشوار فروش بیمه های آتش سوزی و رقابت شدید حاکم بر بازار، دو استراتژی کلی در سرلوحه برنامه های این مدیریت قرار گرفت:

- الف : برنامه ریزی و پیگیری جهت حفظ و نگهداشت مشتریان فعلی و افزایش ضریب تمديد و جلوگیری از ریزش پرتفو
 - ب : تمرکز بر جذب بیمه گذاران خرد جدید
- در راستای اهداف فوق طرح ها و برنامه های ذیل در سال ۹۸ در رشته آتش سوزی اجرا گردید:
- ◀ نظارت و پیگیری مستمر جهت تمديد بیمه نامه های فعلی
 - ◀ بررسی مشکلات بیمه گذاران کلان و اقدام و هماهنگی جهت رفع آنها حتی در رشته های دیگر (با نظر مساعد مدیران ارشد شرکت و سایر مدیریت های ذیربط)
 - ◀ طراحی و اجرای بیمه نامه های طرح آرامش
 - ◀ تخفیفات مناسب به بیمه گذاران عمر
 - ◀ اجرای جشنواره های فروش یلدا و زمستانه
 - ◀ اجرای طرح بیمه جامع مجتمع های مسکونی
 - ◀ طرح تشویقی فروش برای نمایندگان پر فروش در دوماه پایانی سال و تقدیم جوایزی به ایشان
- نتایج اجرای برخی از موارد فوق الذکر در سال ۹۸ به شرح ذیل می باشند:

نام طرح	تعداد بیمه نامه صادره
آرامش	۵۲۱۶
تخفیف دارندگان عمر	۹۰۴
جشنواره یلدا	۱۰۹۲
جشنواره زمستانه	۴۲۸۰
طرح بیمه جامع مجتمع های مسکونی	۸۹۳
جمع	۱۲۳۸۵

از نظر شما سال ۹۸ برای رشته آتش سوزی چگونه بود؟

سخت ترین سال در بیمه های آتش سوزی
صدمه: نرخ شکنی رقبا و تحریم ها (شرایط نامناسب اقتصادی و عدم امکان تامین پوشش مناسب اتکالی) و کرونا

رقابت شدید و نرخ شکنی غیر فنی رقبا موجب فشار زیادی جهت کاهش نرخ ها شده است لیکن استراتژی این مدیریت نرخ شکنی غیر فنی نمی باشد و سعی بر آن است تا نرخ شکنی متناسب با میزان ریسک هر مورد باشد. از طرفی به علت وضعیت تحریم، تامین پوشش اتکالی کافی بسیار دشوار می باشد و بیمه گران اتکالی محدود به چند شرکت بیمه داخلی و بیمه مرکزی شده اند لذا نرخ شکنی غیر فنی موجب عدم امکان تامین پوشش مناسب اتکالی نیز خواهد گردید. با توجه به شرایط مزبور و جهت حفظ و جذب پرتفو، مجبور به ارائه نرخ های رقابتی شده ایم به نحوی که از پذیرش ریسک های بد، خودداری نموده و در عین حال قادر به جذب پرتفو و اخذ پوشش اتکالی مناسب نیز باشیم، این امر مستلزم بررسی دقیق و فنی مورد به مورد کلیه ریسک ها و ارزیابی خطرات بالقوه هر ریسک می باشد که با توجه به محدودیت های موجود فشار زیادی به همکاران این مدیریت وارد نمود.

در اواخر سال نیز شیوع ویروس کرونا موجب تعطیلی کسب و کارها و رکود بازار شد که موجب ایجاد مشکلات فراوانی در فروش بیمه های خرد در اسفند ماه گردید.

خسارت : سالی که نکوست از بهارش پیداست.

سال ۹۸ یکی از بدترین سال های شرکت های بیمه از نظر تعداد حوادث و تنوع و گستردگی آنها بود، همانطور که مستحضرید از همان ابتدای سال سیل های متعددی در استان های گلستان، مازندران، خوزستان، فارس و غیره به وقوع پیوست که موجب فشار کاری فراوان به همکاران این مدیریت و شعب مربوطه گردید.



نامه های آتش سوزی دارید؟

ضروری است نمایندگان محترم شرکت در فروش بیمه های آتش سوزی موارد ذیل را در نظر داشته باشند:

◀ مهمترین کارکرد بیمه، جبران خسارت در صورت بروز حادثه می باشد و خواسته قلبی ما جبران کامل خسارت و کسب رضایت کامل بیمه گذاران می باشد لیکن در بسیاری از موارد مشاهده می گردد که جبران بخش قابل توجهی از خسارت به علت کم بیمه گی (ماده ۱۰ قانون بیمه) بر عهده خود بیمه گذار قرار می گیرد لذا شبکه فروش و نمایندگان عزیز شرکت می بایست عواقب کم بیمه گی را در هنگام صدور بیمه نامه به بیمه گذاران گوشزد نموده و آنان را در جهت صدور بیمه نامه صحیح و کامل راهنمایی نمایند تا در صورت بروز خسارت احتمالی رضایت کامل بیمه گذار حاصل گردد. به دلیل نوسانات شدید قیمت ها در سال اخیر اهمیت این امر دو چندان بوده و حتی بعضاً لازم می شود برای یک بیمه نامه در یک سال دو بار الحاقیه افزایش سرمایه صادر گردد که این امر جز با پیگیری و جدیت شبکه محترم فروش امکان پذیر نیست.

◀ کارکرد بیمه در دنیا فقط جبران خسارت نیست بلکه شرکت بیمه می تواند با بهبود وضعیت ریسک بیمه گذار، موجب عدم وقوع خسارت گردد و در این راستا، توصیه های ایمنی به بیمه گذار ارائه می گردد که هدف از آنها کسر میزان خسارت (در صورت بروز حادثه) نیست بلکه هدف از آنها گوشزد نمودن نقاط ضعف محل مورد بیمه می باشد که لازم است بیمه گذاران آنها را رعایت نموده و با افزایش ایمنی محل مورد بیمه، احتمال وقوع خطرات را کاهش دهند. برخی از بیمه گذاران از درج این توصیه ها ناخوشنودند و درخواست حذف توصیه ها و با فسخ بیمه نامه را دارند که در این حالت ضروری است نمایندگان ضمن اعلام علت درج این توصیه ها به بیمه گذاران، آنان را ترغیب به افزایش ایمنی محل مورد بیمه نمایند تا با رفع نقاط ضعف موجود، ضریب ایمنی در سطح جامعه ارتقا یابد، ضمن آنکه در صورت بروز خسارت های احتمالی، قطعا زیان وارده به بیمه گذار به دلایلی از قبیل استهلاک، کم بیمه گی، تعطیلی ناشی از حادثه و.... بیش از خسارت دریافتی خواهد بود لذا رعایت توصیه های ایمنی همواره به نفع بیمه گر و بیمه گذار می باشد.

◀ متأسفانه در بسیاری از موارد نمایندگان و همکاران دفتر کار و حتی منزل خود را تحت پوشش بیمه نامه های آتش سوزی قرار نداده اند که این موجب دلسردی اینجانب و همکاران می گردد. لازم به توضیح نیست که حوادثی از قبیل حریق و سیل و زلزله تا چه حدی می تواند ویرانگر بوده و چه تبعاتی به دنبال داشته باشد و بر کسی پوشیده نیست که چنین حوادثی می توانند کلیه سرمایه و دارایی یک فرد را در یک لحظه از بین ببرند لذا ضروریست همکاران و نمایندگان عزیز در اسرع وقت منزل و دفتر نمایندگی خود را تحت پوشش بیمه نامه آتش سوزی قرار دهند تا در صورت بروز خسارت احتمالی، مکانیزم جبران آن مهیا باشد.

◀ در پایان اگر سخنی با خوانندگان نشریه چتر دارید بفرمایید.

آرزوی سلامتی و تندرستی برای همه همکاران و نمایندگان شرکت دارم.

پرتفوی انتظاری از مدیریت آتش سوزی در سال ۹۸ مبلغ ۹۲ میلیارد تومان بوده است که با توجه به تحقق پرتفوی ۷۲ میلیارد تومانی در سال ۹۷، لازم بود مبلغ ۲۰ میلیارد تومان افزایش فروش در رشته آتش سوزی ایجاد گردد تحقق این مبلغ در اوایل سال بسیار مشکل به نظر می رسید لیکن با توجه به تلاش های فراوان همکاران این مدیریت و جدیت و پیگیری همکاران محترم شعب و همچنین نمایندگان عزیز شرکت و علیرغم کلیه مشکلات موجود در سال ۹۸، نه تنها موفق به تحقق پرتفوی انتظاری به مبلغ ۹۲ میلیارد تومان شدیم بلکه با ۶ میلیارد تومان فروش بیشتر به پرتفوی ۹۸ میلیارد تومانی نیز دست یافتیم.

مهم ترین اهداف شما در سال ۹۹ چیست و چه برنامه ریزی برای آن انجام دادید؟

در سال ۹۹ نیز وضعیت اقتصادی به علت تحریم ها چندان مناسب نمی باشد و رکود اقتصادی و شیوع ویروس کرونا موجب تعطیلی و کساد بسیاری از کسب و کارها شده که موجب عدم تمایل بیمه گذاران به خرید بیمه نامه های آتش سوزی گردیده است. لیکن به هر حال بایستی هر سال قدمی رو به جلو برداریم و امسال نیز مهمترین هدف این مدیریت تحقق پرتفوی انتظاری به مبلغ ۱۲۶ میلیارد تومان می باشد که جهت این امر اقدامات ذیل در دستور کار قرار گرفته است:

- ◀ تهیه و اجرای طرح آرامش اصناف
- ◀ اجرای دو مورد طرح تشویقی فروش جهت نمایندگان
- ◀ نهایی سازی فروش اینترنتی بیمه های آتش سوزی و اجرای آن و پیگیری جهت تبلیغات گسترده در این راستا
- ◀ انجام هماهنگی های لازم جهت برگزاری دوره بازدید اولیه برای نمایندگان و اخذ آزمون و تفویض اختیار بازدید اولیه به نمایندگان بیشتر (این امر در سال ۹۸ برای حدود ۹۰۰ نفر از نمایندگان صورت پذیرفت)
- ◀ تنظیم و اجرای جشنواره های فروش به مناسبت های مختلف و غیره

لطفا جدیدترین طرح های فروش بیمه آتش سوزی را در سال ۹۹ برای خوانندگان نشریه چتر تشریح فرمایید.

همانطور که قبلاً نیز اشاره شد تهیه و اجرای طرح بیمه اصناف از برنامه های این مدیریت در سال ۹۹ می باشد که پیش بینی می گردد با توجه به سهولت فروش و بازاریابی آن، مورد توجه و استقبال نمایندگان قرار گیرد.

برای ترغیب شبکه فروش و جذب بیشتر بیمه نامه های آتش سوزی در سال ۹۹ چه برنامه هایی دارید؟

در سال جاری دو مورد طرح تشویقی فروش جهت نمایندگان پرفروش در رشته آتش سوزی خواهیم داشت که در حال حاضر طرح تشویقی فروش برای فصل پاییز به شبکه فروش ابلاغ شده است و امید است مشابه طرح زمستانه شاهد تلاش بیشتر نمایندگان عزیز باشیم.

چه توصیه هایی برای شبکه فروش در خصوص جذب بیمه

گفتگو با مهدی جابری، مسئول باجه گلیپایگان

باجه گلیپایگان همواره با ارایه خدمات با بهترین کیفیت در کوتاه‌ترین زمان سعی بر افزایش محبوبیت بیمه پارسیان در این منطقه داشته است

همانطور که در قبل اشاره گردید گلیپایگان از لحاظ صنعتی و تجاری موقعیت مناسبی را جهت فعالیت شرکت‌های بیمه فراهم کرده و همین امر سبب شده که رقابت شدیدی بر این بازار حکمفرما شود و از حالت تک محوری خارج گردد. لذا شرکت‌هایی موفق خواهند بود که بتوانند بهترین خدمات رسانی و محصولات بیمه‌ای را با پایین‌ترین قیمت به مشتری عرضه کنند. در این راستا اولین قدم، حفظ مشتریان و استفاده بهینه از آن‌ها در جهت گسترش زنجیره فروش می‌باشد. سعی داریم که در سال آتی با برنامه‌ریزی صورت گرفته سهم بیمه‌های زندگی علی‌الخصوص بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری را در این منطقه افزایش دهیم. همچنین بتوانیم بازارهای پنهان را شناسایی کرده و جذب پرتفوی نماییم.



ارتباط شما با شبکه فروش چگونه است؟

شبکه فروش نقش کلیدی و اساسی را در پیشبرد این اهداف داشته و قطعاً شبکه فروشی موفق خواهد بود که بتواند کلیه نیازهای مشتری را از لحاظ فروش و خدمات رسانی تأمین نماید. در این راستا باید سطح اطلاعات و دانش فنی این شبکه را ارتقا داده تا بتوان خروجی مناسبی کسب کرد. برگزاری جلسات مداوم با نمایندگان در جهت رفع مشکلات و موانع موجود در جذب پرتفوی صورت می‌گیرد، نیازها و خواسته‌های مطرح گردیده و سعی و تلاشمان بر این است که بتوانیم کلیه موارد را رفع نماییم. در کنار این موارد تلاش خواهیم کرد که نمایندگان بالقوه و فعال را شناسایی کرده و زنجیره فروش را در منطقه گسترش دهیم.

آیا به آموزش ضمن خدمت نمایندگان در شعبه شما توجه کافی شده است؟ چه آموزش‌هایی از نظر شما باید بیشتر ارائه گردد؟

میزان آموزش ضمن خدمت نمایندگان کافی نیست چرا که بدلیل استقرار باجه در بانک، هیچ‌گونه امکانات و فضای آموزشی در اختیار نداریم و آموزش‌های مجازی هم نیاز آموزشی نمایندگان را تأمین نمی‌کند. در این راستا بازآموزی دوره‌های صدور باید انجام گیرد. از لحاظ بازار یابی و فروش کلیه رشته‌های بیمه‌ای (علی‌الخصوص بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری) شاهد ضعف نمایندگان هستیم و تقاضا داریم که برگزاری آموزش این مقوله در برنامه‌های کار واحد محترم آموزش قرار گیرد.

در پایان اگر مطلب دیگری به نظرتان می‌رسد، برای خوانندگان نشریه چتر بفرمایید.

ضمن تشکر و قدردانی از دست اندرکاران نشریه چتر، از مقام محترم مدیرعامل، معاونین و مشاورین مدیرعامل، مدیران ستاد و سرپرستان مناطق و کلیه همکاران مجموعه بیمه پارسیان که با سعی و تلاش خود باعث رشد و سربلندی شرکت گردیده‌اند تقدیر و تشکر می‌نمایم و امیدوارم که در ادامه نیز شاهد این روند رو به رشد باشیم.

لطفاً خودتان را معرفی نمایید و از سوابق خود بفرمایید.

باسلام و عرض ادب، اینجانب مهدی جابری کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی که از آبان ماه سال ۱۳۹۱ افتخار همکاری با شرکت بیمه پارسیان را دارم و از ابتدا بعنوان مسئول باجه گلیپایگان در این مجموعه انجام وظیفه می‌نمایم.

به نظر شما موفقیت‌ها و ویژگی‌های خاص بیمه پارسیان در این شعبه کدام‌اند؟

باجه گلیپایگان با دارا بودن ۶ نماینده فعال به‌همراه اینجانب توانسته ایم با کمترین امکانات ولی با برنامه‌ریزی هدفمند و حمایت‌های مدیران محترم ستادی طی سال‌های متوالی پرتفوی بسیار مناسبی داشته باشیم. که این مهم، با سعی و تلاش در راستای جلب رضایت مشتریان خرد و کلان صورت گرفته است. با توجه به اینکه شهرستان گلیپایگان قطب صنعتی فعالی دارد، شرکت بیمه پارسیان سهم قابل توجهی را در این منطقه به خود اختصاص داده و با ارایه خدمات مناسب و وفاداری بیمه‌گذاران الگوی سایر شرکت‌های رقیب قرار گرفته است.

به نظر شما محبوبیت برند پارسیان در استان شما چه اندازه است؟ و چگونه می‌توانید این محبوبیت برند را افزایش دهید؟

خوشبختانه سابقه درخشان و زیاد شرکت بیمه پارسیان در گلیپایگان (از سال ۱۳۸۶) و دارا بودن بیمه‌گذاران بزرگ محبوبیت بالایی برای برند پارسیان رقم زده، کما اینکه از ابتدا تا کنون بیمه‌گذاران بزرگمان را حفظ کرده‌ایم و این خود نقطه عطفی در محبوبیت برند بیمه پارسیان است. در پاسخ به سؤال بعد باید عرض کنم مهمترین اصل در راستای محبوبیت برند این است که با ارایه راه‌کارهای مناسب بتوانیم با بهترین کیفیت در کوتاه‌ترین زمان و با قیمت مطلوب خدمات رسانی کنیم.

باتوجه به قابلیت‌های کارکرد این منطقه، چه برنامه‌هایی برای جذب پرتفوی و افزایش سهم بازار در سال آتی شرکت بیمه پارسیان دارید؟



نقش کلیدی رابطین ریسک در اجرای اثربخش فرایند مدیریت ریسک

تهیه شده در مدیریت ریسک

را به بهترین نحو شناسایی و تحلیل نموده و به عنوان متخصص ریسک نقش بسزایی را در پیاده‌سازی اثربخش کلیه مراحل فرایند مدیریت ریسک اعم از شناسایی، تحلیل و پاسخ به ریسک‌ها با حمایت و مشارکت سایر همکاران خود ایفا می‌نمایند.

نقش‌ها و وظایف رابطین ریسک به طور کلی عبارتست از:

- ۱- مشارکت در جلسات آموزشی و هماهنگی فرایند مدیریت ریسک
- ۲- هماهنگی جهت ارسال مدارک، گزارشات و... مورد نیاز برای پیشبرد فرایند مدیریت ریسک
- ۳- انتقال تجارب و آموخته‌های خود به سایر همکارانی که در اجرای فرایند مدیریت ریسک حوزه خود مشارکت دارند.
- ۴- تعامل و همکاری با همکاران مدیریت ذیربط خود جهت پیشبرد فرایند مدیریت ریسک مشتمل بر مراحل شناسایی، تحلیل، پاسخ به ریسک‌های موجود و بالقوه در حوزه کاری مدیریت مربوطه
- ۵- ارتقای دانش و فرهنگ سازمانی در حوزه مدیریت ریسک در مدیریت ذیربط خود با تاکید بر فواید و ضرورت اجرای صحیح و دقیق فرایند مدیریت ریسک برای پیشبرد اهداف درون واحدی و کاهش مخاطرات احتمالی
- ۶- انجام هماهنگی‌های لازم، ایجاد تعامل و همکاری بین همکاران مدیریت ذیربط خود برای اجرای صحیح و اصولی مراحل فرایند مدیریت ریسک در مدیریت مربوطه
- ضمن تشکر و قدردانی از مشارکت و همکاری همکاران محترم در اجرای فرایند مدیریت ریسک تاکنون، امید است همواره شاهد تعامل و مشارکت هر چه بیش‌تر مدیران ارشد، مدیران میانی، رابطین ریسک و سایر همکاران باشیم تا در نتیجه اجرای آن، شرکت و مشارکت‌کنندگان در این فرایند از منافع حاصل از آن بهره‌مند گردند.

همه‌ی ذینفعان" تعریف شده است. مدیریت ریسک یکپارچه، شیوه‌ای برای شناسایی، ثبت و مدیریت همزمان تمامی ریسک‌های یک شرکت است و مدیریت ریسک، سازمان را در یک چارچوب منظم، با دید جامع و بدون هیچ جهت‌گیری خاصی نگریسته و با بررسی و تعامل سازنده با مدیریت‌های سطوح مختلف، ریسک‌ها را به صورت جامع و فراگیر شناسایی نموده و فرایند مدیریت ریسک را در شرکت اجرا می‌نماید.

بطور کلی در اجرای فرایند مدیریت ریسک،



مسئول فرایندهای کسب و کار در هر حوزه مشخص، مالک ریسک‌های آن حوزه می‌باشد به عبارت دیگر، مدیران و سرپرستان به عنوان مالک ریسک فرایندهای کسب و کار در حوزه خود تعریف می‌شوند که در این میان رابطین یا نمایندگان ریسک هر یک از مدیریت‌ها ضمن داشتن دید کلی در خصوص فرایند مدیریت ریسک با اشراف بر فرایندهای کاری مدیریت ذیربط خود، این توانایی را داشته تا ضمن تعامل سازنده با مدیریت و سایر همکاران خود، ریسک‌های موجود و بالقوه حوزه کاری مربوطه

در دنیای امروز، سازمان‌ها با تغییرات مداوم مواجه هستند. اگرچه در نگاه اول ریسک‌های اقتصادی، حقوقی، تجاری و منابع انسانی مستقل از یکدیگر به نظر می‌رسند و اغلب در شرکت‌ها توسط افراد مختلف بدون بررسی وابستگی متقابل آنها و یا تاثیر اقدامات مدیریت ریسک در یک حوزه بر سایر حوزه‌ها تحلیل می‌شوند؛ ولیکن ریسک‌ها به واسطه طبیعت متفاوت آنها، پویایی، سیالیت و وابستگی زیادی دارند. به این ترتیب ریسک‌ها نمی‌توانند به طور مستقل از یکدیگر ارزیابی و مدیریت شوند. در این میان شرکت‌های بیمه علاوه بر این که در جامعه نقش مدیریت ریسک را برای مردم و شرکت‌ها را ایفا می‌نمایند، خود نیز با ریسک‌های متعددی از جمله بازار، اعتبار، نقدینگی، عملیاتی و بیمه‌گری مواجه بوده و ریسک تحمیل شده بر فعالیت آنها از ادغام ریسک‌های حوزه‌های مختلف کسب‌وکارشان ناشی می‌شود. بنابراین نخستین چالش پیش روی شرکت‌ها، اطمینان یافتن از وجود زیرساخت، زمان و منابع لازم برای درک و شناخت ریسک‌هایی است که با آن روبرو می‌باشند. اگرچه مدیران سطوح مختلف سازمانی به عنوان جزئی از فعالیت‌های شغلی خود به نوعی ریسک‌های مربوط به حوزه کاری خود را مدیریت می‌نمایند، اما بعضاً ممکن است تخصصی در زمینه مدیریت ریسک و یا دیدگاه کل نگر نسبت به حوزه‌های مختلف کاری شرکت برای ارزیابی مناسب ریسک‌های احتمالی نداشته باشند. بنابراین بعضاً اثر متقابل ریسک‌ها بر یکدیگر نادیده گرفته می‌شود و موجبات زیان سازمان فراهم می‌گردد. از این رو به یک رویکرد یکپارچه مدیریت ریسک نیازمند است.

مدیریت ریسک سازمانی به اختصار به عنوان "چارچوبی جامع و یکپارچه برای اداره ریسک‌ها و فرصت‌ها در سطح سازمان به منظور حداکثر رساندن ارزش یک شرکت و پاسخگویی به

پوشش‌های اضافی بیمه آتش‌سوزی را بیشتر بشناسیم

برگرفته از ماهنامه صنعت بانکداری - شماره چهارم

درباره بیمه آتش‌سوزی چه می‌دانید؟

اولین قدم برای جلوگیری حوادثی همچون آتش‌سوزی رعایت جنبه‌های ایمنی است. بسیاری از آتش‌سوزی‌های منازل مسکونی، تجاری، اداری، صنعتی و غیره از بی احتیاطی‌ها و سهل‌انگاری‌هایی ایجاد می‌شوند که با رعایت نکات ایمنی قابل کنترل خواهند بود لیکن هیچ‌کس نمی‌تواند بگوید که با ایجاد امکانات پیشگیرانه می‌تواند از حوادثی از قبیل آتش‌سوزی، سیل، زلزله، انفجار و صاعقه و سایر بلایای طبیعی کاملاً در امان بماند. هر انسانی با زحمات فراوان اموال و دارایی کسب نموده و به خود اختصاص می‌دهد که جبران خسارت ناشی از حوادث ذکر شده به این اموال بسیار سخت و در بعضی مواقع غیرممکن است.

براساس آمارها از مجموع ۳۲ نوع بلای طبیعی که در ایران وجود دارد، سیل، زلزله و طوفان جزو خسارت‌بارترین حوادث کشور به حساب می‌آیند که ۵٪ از خسارت‌های ناشی از مخاطرات طبیعی در کشور ما از محل بیمه‌ها جبران می‌شود.

لذا جهت حفظ اموال و دارایی‌ها در قبال خطراتی از قبیل آتش‌سوزی و صاعقه و سیل و زلزله پیشنهاد می‌گردد بیمه‌نامه آتش‌سوزی و خطرات تبعی خریداری گردد. بیمه آتش‌سوزی یکی از انواع بیمه‌های اموال است که با خرید آن، اموال بیمه‌گذار در برابر خطر آتش‌سوزی و سایر خطرهای تبعی بیمه می‌شود. با داشتن بیمه آتش‌سوزی در صورت وقوع حوادث تحت پوشش در بیمه‌نامه، خسارت‌های مالی رخ داده جبران خواهد شد. نکته

مهم این است که در این بیمه خسارت‌های جانی تحت پوشش نیستند.

بیمه آتش‌سوزی را بیشتر بشناسید:

بیمه آتش‌سوزی خسارت‌های مستقیم ناشی از خطراتی از جمله آتش، انفجار و صاعقه و خسارت‌هایی که به منظور جلوگیری از توسعه خسارت به موضوع بیمه شده رخ می‌دهد، هزینه ناشی از نقل مکان ضروری مورد بیمه به منظور نجات آن از خطرات بیمه شده و خسارت‌هایی که به اثاثیه منزل و سایر اموال متعلق به اعضای خانواده بیمه‌گذار یا کارگرانی که در منزل وی به سر می‌برند، مشروط بر اینکه بهای آن‌ها در سرمایه بیمه منظور شده و در محل مورد بیمه مستقر باشند، را جبران می‌کند. بیمه‌نامه‌های آتش‌سوزی معمولاً به صورت سالانه صادر می‌گردند.

پوشش‌های اصلی بیمه آتش‌سوزی شامل آتش‌سوزی، صاعقه و انفجار می‌شود. به این معنی که با خرید این بیمه، ساختمان و اموال مورد نظر به صورت همزمان در برابر این سه خطر تحت پوشش قرار می‌گیرد. اما بیمه آتش‌سوزی به همین پوشش‌ها محدود نمی‌شود و می‌توان با پرداخت مبلغی ناچیز، از پوشش‌های اضافی این بیمه هم استفاده نمود.

مهم‌ترین پوشش‌های اضافی بیمه آتش‌سوزی شامل موارد زیر است:

- زلزله
- سیل و طغیان آب
- طوفان و تندباد

- ضایعات ناشی از برف و باران
 - ضایعات ناشی از سنگینی برف
 - ترکیبگی لوله آب
 - سرقت با شکست حرز
 - شکست شیشه
 - سقوط هواپیما و هلیکوپتر یا قطعات آن‌ها
 - هزینه پاکسازی و برداشت ضایعات
- رشته‌های بیمه آتش‌سوزی**
- رشته‌های کلی بیمه‌های آتش‌سوزی در شرکت بیمه پارسیان محدود به موارد ذیل می‌شوند:
 - **بیمه نامه آتش‌سوزی مسکونی:**
 - بیمه نامه‌های عادی آتش‌سوزی مسکونی
 - بیمه نامه آتش‌سوزی طرح جامع مجتمع‌های مسکونی
 - بیمه نامه آتش‌سوزی طرح آرامش
 - **بیمه نامه آتش‌سوزی غیر صنعتی**
 - مواردی از قبیل اداری، تجاری، تعمیرگاه‌ها، فروشگاه‌ها و
 - طرح آرامش اصناف (در آینده نزدیک اجرایی خواهد گردید)
 - **بیمه نامه آتش‌سوزی انبارها**
 - انبارهای اختصاصی
 - انبارهای عمومی
 - **بیمه نامه آتش‌سوزی صنعتی**
 - کارخانه‌ها
 - کارگاه‌ها
- در بیمه آتش‌سوزی استثنائاتی وجود دارد که متقاضی باید در هنگام مطالعه متن تعهدات بیمه‌گر،



گذاران و در نهایت بالا بردن تغییرات در سطح انتظارات بیمه گذاران، توانسته خدمات برتر خود را در پوشش ریسک‌های مختلف به بیمه گذاران ارائه دهد.

پس از آشنایی با یک شرکت خوش سابقه و توانمند در ادامه با مراحل خرید بیمه آتش سوزی در این شرکت بیمه می‌پردازیم.

مراحل خرید بیمه آتش سوزی بیمه پارسیان

در هنگام خرید بیمه آتش سوزی متقاضی می‌بایست جزئیات و مشخصات خود و مورد بیمه را به طور دقیق در فرم پیشنهاد ثبت نماید تا در هنگام دریافت خسارت با مشکل مواجه نشود. بیمه گذار کل سرمایه مورد بیمه خود را باید به طور دقیق ثبت کند. بیمه پارسیان ممکن است برای بررسی مورد بیمه کارشناس خود را به محل اعزام کند تا به طور دقیق آن را بررسی و تأیید نماید. معمولاً برای موارد صنعتی و غیر صنعتی و انبار کارشناس اعزام می‌شود.

اطمینان از پرداخت خسارت بیمه آتش سوزی

پس از وقوع حادثه، دریافت خسارت از شرکت بیمه پارسیان هیچ گونه پیچیدگی نخواهد داشت. کفایت در اسرع وقت بروز خسارت را به شرکت بیمه پارسیان اعلام نمایند تا شرکت بیمه کارشناس خود را به محل وقوع حادثه اعزام کند و میزان خسارت وارد شده را برآورد کند. پس از اتمام فرایند کارشناسی و دریافت مدارک مربوطه، مراحل پرداخت توسط شرکت بیمه انجام خواهد شد.

لازم به ذکر است بیمه پارسیان برای گسترش فرهنگ بیمه در جامعه و قدردانی از افراد و گروه‌های فداکار جامعه در طول سال طرح‌های ویژه‌ای ارائه می‌دهد که در حال حاضر " طرح آرامش " برای خرید بیمه نامه آتش سوزی با ۳۰ درصد تخفیف تا پایان شهریورماه و " جشنواره تخفیفات بیمه‌های آتش سوزی " ویژه آتش‌نشانان از ابتدای شهریور تا روز آتش نشانی و

ایمنی هفتم مهر در دست اجرا دارد.

در این طرح‌ها تخفیفات ویژه‌ای برای آتش نشانان و سایر اقشار جامعه ارائه می‌گردد تا بتوانند با پرداخت مبلغ ناچیزی سرمایه‌های خود را تحت پوشش بیمه آتش سوزی قرار دهند.

در نهایت طرح بیمه آرامش اصناف نیز در دست تهیه می‌باشد که امید است در پاییز اجرایی گردد و شبکه فروش بتوانند مشابه طرح آرامش منازل مسکونی با سهولت بیشتری اقدام به بازاریابی و جذب بیمه نامه‌های اصناف نمایند.

چه میزان از ارزش موضوع بیمه را می‌تواند نزد خود نگهداری و بقیه آن را باید به شرکت‌های واجد شرایط اتکایی کند.

بدیهی است هرچه ظرفیت مجاز نگهداری شرکت‌های بیمه بالاتر باشد می‌تواند سرمایه‌های بالاتری را بدون نیاز به بیمه اتکایی تحت پوشش قرار دهد و بیمه گذار نیز نگران احتمال عدم خریداری پوشش اتکایی توسط بیمه‌گر نخواهد بود چرا که چنانچه شرکت بیمه‌ای با ظرفیت نگهداری پایین اقدام به ارائه پوشش بیمه‌ای برای سرمایه‌هایی بالاتر از ظرفیت مجاز خود نماید و عاجز از خریداری پوشش اتکایی باشد در صورت وقوع خسارات قادر به جبران خسارات نبوده و بیمه گذار با چالشی بزرگ مواجه خواهد کرد. از نظر این شاخص شرکت بیمه پارسیان جزو ۵ شرکت دارای بیشترین ظرفیت مجاز نگهداری در صنعت بیمه می‌باشد.

تعداد شعب پرداخت خسارت:

یکی از شاخص‌های مهم دیگر در انتخاب شرکت بیمه تعداد شعب پرداخت خسارت می‌باشد چرا که چنانچه شرکت بیمه دارای شعب پرداخت خسارت محدودی باشد در صورت بروز خسارت بیمه گذار ناچار به مراجعه به شعب دور از دسترس و دور از محل حادثه خواهد بود که این امر علاوه بر مشکلات فراوانی که در دریافت خسارت جهت بیمه گذار ایجاد می‌شود موجب تاخیر در فرایندهای ارزیابی و کارشناسی و پرداخت خسارت نیز خواهد گردید. از این نظر نیز شرکت بیمه پارسیان جزو ۵ شرکت دارای بالاترین شعب در صنعت بیمه می‌باشد.

علیهذا یکی از توانمندترین شرکت‌های بیمه خصوصی کشور بیمه پارسیان است که با داشتن سطح یک توانگری مالی و مجوز قبولی اتکایی از بیمه مرکزی با ایجاد شفافیت و آگاهی، افزایش سرعت ارائه خدمات، استفاده از فناوری نوین در ارائه ارزش به بیمه

آن‌ها را در نظر داشته باشد، برخی از آن‌ها به شرح ذیل می‌باشند:

نمونه‌هایی از اموالی که قابل بیمه شدن نیستند:

- مسکوکات (سکه طلا، سکه‌های کاکسیونی و عتیقه)
- پول
- اوراق بهادار (سهام، اوراق قرضه، اوراق مشارکت، مشتقات و ...)
- هرگونه اسناد و نسخ خطی
- فلزات قیمتی به هر شکل
- جواهرات و مروارید

نمونه‌هایی از خطراتی که قابل بیمه شدن نیستند:

- خطرات ناشی از جنگ، جنگ داخلی، آشوب و بلوا، اعتصاب، قیام، انقلاب، کودتا، اغتشاشات داخلی و یا اقدامات احتیاطی مقامات نظامی و انتظامی.
- خطراتی که در اثر انفجار مواد منفجره مانند دینامیت، تی ان تی و باروت بوقوع پیوندد.
- حریق و وقایعی که در اثر فعل و انفعالات هسته‌ای باشد.

پس از آشنایی با بیمه نامه آتش سوزی و کارکرد آن در مرحله بعد می‌رسیم به انتخاب یک شرکت بیمه‌ای توانمند و خوشنام برای خرید این بیمه نامه، تا در صورت بروز حادثه و ایجاد خسارت بهترین پوشش و خدمات را دریافت کنیم.

ویژگی‌های یک شرکت توانمند برای خرید بیمه‌نامه

اگر بخواهیم آگاهانه به سراغ بیمه آتش‌سوزی که پوشش‌ها و ویژگی‌های آن متناسب با نیاز ما باشد برویم، بهتر است بدانیم کدام شرکت بیمه‌ای را انتخاب کنیم؟

شاخص توانگری مالی:

یکی از شاخص‌های مهم در تصمیم‌گیری خرید بیمه‌نامه از شرکت‌های مختلف بیمه شاخص توانگری مالی می‌باشد. این شاخص به ما می‌گوید که آیا شرکت بیمه‌ای که انتخاب می‌کنیم توانایی ایفای تعهدات خود را دارد؟ سطوح توانگری مالی به ۵ دسته تقسیم می‌شود. که سطح ۱ بیانگر بالاترین سطح توانگری مالی و سطح ۵ بیانگر پایین‌ترین سطح توانگری مالی می‌باشند. از نظر این شاخص شرکت بیمه پارسیان در بالاترین سطح توانگری مالی یعنی سطح یک قرار دارد.

ظرفیت مجاز نگهداری:

ظرفیت مجاز نگهداری مشخص می‌کند که شرکت بیمه در هر ریسک (بیمه‌نامه)

جشنواره تخفیفات بیمه‌های آتش سوزی
ویژه آتش نشانان از یک شهریور تا روز آتش نشانی و ایمنی
@parsianinsurance

لیست نمایندگان برتر فروش بیمه‌های آتش سوزی

ردیف	شعبه سرپرستی	نام نماینده
۱	ارومیه	رقیه ذاکری_ ۵۸۱۷۹۰
۲	آمل	سیروس مرزبان عباس آبادی_ ۵۵۱۴۶۰
۳	آمل	پیمان محسن پور_ ۵۰۳۱۶۵
۴	انزلی	سروش یزدانی سنگده_ ۵۰۳۵۴۳
۵	انزلی	حمیدرضا امتری_ ۵۰۲۷۲۴
۶	انزلی	نسترن محبعلی زاده_ ۵۶۵۷۳۰
۷	اهواز	فرزانه حسام_ ۵۷۲۴۷۰
۸	اهواز	روح اله صادقی_ ۵۷۲۵۶۰
۹	بجنورد	صابر باقری_ ۵۰۲۶۷۹
۱۰	بجنورد	امین ناصری مقدم_ ۵۰۳۳۳۰
۱۱	بروجرد	حسن چناری_ ۵۹۰۳۷۰
۱۲	بروجرد	نیلوفر مسیبیان_ ۵۹۰۴۹۰
۱۳	بندرعباس	پهروز مجنون_ ۵۶۰۳۲۰
۱۴	خرم آباد	سیدمرتضی موسوی_ ۵۰۳۶۳۰
۱۵	دزفول	هادی قاری_ ۵۷۲۳۲۰
۱۶	رفسنجان	محبوبه فرخی بدونی_ ۵۰۳۵۰۵
۱۷	زاهدان	فداحسین گلشیری_ ۵۸۳۳۹۰
۱۸	زاهدان	شهرزاد شهری_ ۵۸۳۵۵۰
۱۹	ساری	رقیه قدبنان کنیمی_ ۵۵۱۰۱۰
۲۱	سبزوار	مژده واسعی_ ۵۲۱۸۲۰
۲۰	سبزوار	نسرین گوشانفر_ ۵۲۱۶۱۰
۲۲	شیراز	فاطمه افلامکی سروستانی_ ۵۴۰۰۴۰
۲۳	قاسم شهر	ننا خانی کوچکرائی_ ۵۵۰۹۱۰
۲۴	کاشان	مهدی جلالی_ ۵۳۰۵۷۰
۲۵	کاشان	ساجده اسفندیانی_ ۵۳۱۹۸۰
۲۶	کرمانشاه	پیمان لرستانی_ ۵۸۵۳۴۰
۲۷	لاهیجان	گلنوش دهنادی مقدم_ ۵۶۶۰۹۰
۲۸	رشت	پرینا فلاجیان مقدم_ ۵۶۵۲۵۰
۲۹	رشت	صدیقه مطلوب حقانی_ ۵۶۵۹۴۰
۳۰	بابل	گوهر بهرامیان_ ۵۵۱۵۳۰

تقدیر از نمایندگان برتر فروش بیمه‌های آتش سوزی در سال ۹۸

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ از نمایندگان برتر فروش بیمه‌های آتش سوزی در جشنواره برترین‌های فروش این رشته با اهدای جوایز تقدیر بعمل آمد.

بنابر این گزارش، به نقل از مدیریت بیمه‌های آتش سوزی، جشنواره‌ای با هدف افزایش فروش بیمه‌های آتش سوزی و نفوذ در بازار بیمه‌های خرد، در دوماه پایانی سال ۹۸ برگزار گردید که طی آن مقرر شد به نمایندگان پرفروش در رشته آتش سوزی جوایزی پرداخت گردد. پس از اجرای این طرح، نمایندگان پرفروش طبق شرایط و ضوابط طرح انتخاب و با اهدای جوایز از تلاش ایشان قدردانی شد.

در همین راستا و با توجه به استقبال نمایندگان از این طرح، مدیریت بیمه‌های آتش سوزی در نظر دارد طرح‌های تشویقی فروش را در سال جاری به صورت دو مرحله برگزار نماید که مرحله نخست آن از ابتدای فصل پاییز آغاز می‌گردد. شرایط جشنواره پاییزی در این شماره نشریه چتر منتشر گردیده است.



بیست و هفتمین همایش ملی بیمه و توسعه با موضوع

"ریسک‌های نوظهور در صنعت بیمه، فرصت‌ها و چالش‌ها"

برگزار خواهد شد

حداکثر تا تاریخ ۳۰ مهر به مدیریت طرح و برنامه ارسال نمایند. علاقه مندان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به تارنمای همایش به آدرس زیر مراجعه نمایند:

<http://www.irc.ac.ir/fa-IR/lrc/v/news/view/۴۴۲۲/۱۴۵۹۴>

شایان ذکر است، با توجه به رویکرد سازمان مبنی بر توسعه امر پژوهش در شرکت، ارتقای سطح علمی و افزایش دانش و فعالیت‌های تحقیقاتی و مطالعاتی همکاران گرامی، مقالات برگزیده مطابق با "این‌نامه حمایت از طرح‌های پژوهشی" با اهدای پاداش مورد تقدیر قرار خواهند گرفت.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با اعلام مدیریت طرح و برنامه، بیست و هفتمین همایش ملی بیمه و توسعه به عنوان گردهمایی اصلی صنعت بیمه کشور، همزمان با روز بیمه، در ۱۳ آذر سال جاری با موضوع "ریسک‌های نوظهور در صنعت بیمه، فرصت‌ها و چالش‌ها" و با محورهای علمی اصلی شامل "ریسک بیماری‌های اپیدمی و پاندمی (نظیر کووید ۱۹)، ریسک تغییر اقلیم و ریسک فناوری اطلاعات" به صورت مجازی برگزار خواهد شد.

با توجه به اینکه آخرین مهلت ارسال مقالات به دبیرخانه همایش، ۱۰ آبان ماه می باشد، همکاران محترم می‌توانند اصل مقاله خود را



تقدیر از همکاران حامی منافع بیمه پارسیان

بر اساس نظر هیات نظارت بر منافع شرکت و پس از بررسی‌های لازم همکارانمان که در حفظ منافع بیمه پارسیان و جلوگیری از پرداخت خسارت ساختگی در شعب نهایت تلاش خود را به خرج داده و مانع وارد آمدن ضرر و زیان به شرکت شده‌اند هدایایی به عنوان پاداش به این همکاران اهدا گردید، نشریه چتر ضمن تقدیر از تلاش‌های این همکاران اسامی و تصاویر ایشان را در این صفحه منعکس می‌نماید.

نکته قابل توجه اینکه علی‌رغم مشغله‌های فراوانی که مدیریت بیمه‌های خود و بیمه پارسیان آقای سلطانی با آن روبرو می‌باشند، اما همواره اهتمام ویژه‌ای که به موضوع حفظ منافع شرکت و نیز توجه ویژه به همکارانی که در راه حفظ منافع بیمه پارسیان تلاش می‌کنند دارد.

نشریه چتر برخود لازم می‌داند از تلاش‌های ایشان در این راه تشکر و قدردانی نماید.



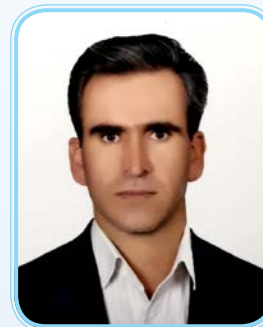
آقای علیرضا قلندران

(رییس شعبه قم)



سید سجاد نیک نژاد

(رییس شعبه یاسوج)



آقای احمد آزاد

(معاون شعبه قم)



آقای علی شریاتی

(رییس اداره خسارت گرگان)



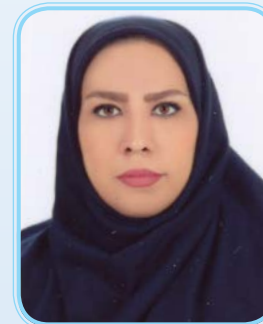
آقای محمد مدنی

(رییس اداره خسارت شعبه کرج)



خانم مرضیه عزیزی

(کارشناس خسارت شعبه یاسوج)



خانم فاطمه شریفی

(کارشناس خسارت‌های بدنی شعبه کرج)



سرهنگ علی گنجی پور

(افسر تحقیق شعبه کرج)



آقای افشین سمیعی منش

(ارزیاب خسارت خودرو شعبه کرج)



آقای مرتضی عزیزی

(کارشناس پذیرش ساختمان یادگار امام)

باشگاه مشتریان Loyalty Club / Customer Club

تهیه شده در مدیریت فن آوری اطلاعات و ارتباطات با همکاری مدیریت توسعه بازار و امور مشتریان



باشگاه مشتریان چیست ؟

باشگاه مشتریان که با نام های باشگاه هواداری، باشگاه وفاداری، باشگاه مشتریان وفادار نیز خوانده می شود در واقع یک نرم افزار مدیریت مشتری است.

بر خلاف نرم افزار (Customer Relation Management) CRM، که بر روی مدیریت روال پیشرفت انجام کار مشتری در یک سازمان یا کسب و کار تمرکز دارد، نرم افزار باشگاه مشتریان باید بر روی رفتار مشتری تمرکز کند و تحلیل درستی از رفتار مشتریان مانند تعداد دفعات مراجعه مشتری، فاصله بین مراجعات، مقدار خرید، مدت زمان از آخرین خرید، علاقه مندی های مشتریان، عادات های مشتریان و امثال آن داشته باشد تا بتوان بر اساس این تحلیل ها، تصمیمات درست در جهت تشویق مشتری به خرید یا مراجعه بیشتر گرفت و مدل کسب و کار را بر اساس علایق مشتری، نیازها و عادات او اصلاح نمود.

در مجموع برنامه های لویالتی (برنامه های وفاداری) یا همان باشگاه مشتریان دو هدف اصلی را دنبال می کنند:

- جمع آوری اطلاعات مربوط به مشتریان و کشف عادات و سلیقه مشتری
- ایجاد لویالتی و حس وفاداری در مشتری و تضمین بازگشت مجدد مشتری

انواع باشگاه مشتریان

الف) بر اساس نوع عضویت:

- باشگاه باز: شاخصه این باشگاه سهولت عضویت بوده و همچنان که

از اسم آن بر می آید عضویت در باشگاه برای همه باز (امکان پذیر) است. به این معنی که عضویت هزینه و شرایط خاصی ندارد. این باشگاه مناسب برای شرکت هایی است که نیازمند جذب هرچه بیشتر اعضا هستند و اغلب بسیاری از اعضا از امکانات باشگاه استفاده می کنند. شرکت ها می توانند ارزش داشتن یک باشگاه باز را با در نظر گرفتن هزینه های لازم برای برقراری ارتباط و اطلاع رسانی به اعضا از طریق چاپ بروشور و سایر اقدامات (حتی اگر مشتری، یک مشتری سود آور نباشد) محاسبه نمایند.

البته داشتن اعضای فراوان نشانگر موفق بودن باشگاه نیست. بلکه باید اعضای باشگاه، فعال و آگاه باشند و از اینکه عضو باشگاه مشتریان هستند احساس رضایت کنند.

• باشگاه محدود: در این نوع باشگاه ها بر عکس باشگاه باز، اعضا یا مشتریان برای عضویت، یا باید حق عضویت بپردازند، یا دارای ویژگی خاصی برای عضویت بوده و یا اغلب یک فرم کامل و طولانی را پر نمایند. به این ترتیب، اعضا علاقه مند به عضویت در خواهند آمد.

در هر دو صورت اطلاعاتی که راجع به مشتریان به دست می آوریم با ارزش ترین منبع برای برنامه ریزی های آینده است. بنابراین اطلاعات در خواستی کاربران در هنگام عضویت تاثیر مهمی در روال آتی کار خواهد داشت. در واقع به منظور به دست آوردن وفاداری مشتری بایستی ابتدا یک تصویری از مشتری وجود داشته باشد.

ب) بر اساس مخاطبان باشگاه:



بازاریابی خود یکپارچه سازید. همچنین آن را با فرهنگ سازمان خود هم یکپارچه نمایید. ایجاد روابط نزدیک با مشتریان مفهومی زودگذر نیست بلکه مفهومی دایمی است. این ایده باید به صورت جزئی از شما - سازمان شما، کالاها و خدمات شما و... و از همه مهمتر، کارکنان شما در آید.

۲- عدم یادگیری درباره مشتریان: از اطلاعاتی که درباره مشتریان خود جمع آوری کرده‌اید برای یادگیری از آن‌ها درمورد اینکه آن‌ها واقعاً چه چیزی از شما می‌خواهند استفاده نمایید. با آن‌ها صحبت کنید. سپس به آن‌ها گوش فرا دهید! آن‌ها به شما خواهند گفت که چگونه سهم بیشتری از بازار آن‌ها را به دست آورید.

۳- داشتن رویکرد یکسان به مشتریان و عدم حفظ ارتباط با مشتریان: پیام‌های ویژه و مناسبی را برای مشتریان خود ارسال نمایید. تمامی مشتریانی که برای خود ایجاد کرده‌اید، یکسان نیستند. بعضی از آن‌ها نسبت به بقیه ارزش بیشتری دارند. بعضی از آن‌ها نسبت به بقیه، به توجه بیشتری نیاز دارند. این امر شامل ارائه کالاها، خدمات، پاداش‌ها، منافع و... به مشتریان در زمان مناسب می‌شود.

۴- عدم تعیین اهداف واقع‌گرایانه: اهدافی واقع‌گرایانه را جهت دستیابی برای خود تعیین کنید. این را بدانید که شما ممکن است در کار خود با موانعی مواجه شوید. انتظارات شما باید تا آنجا که دوست دارید بالا باشند و باید تا آنجا زیاد باشند که بتوانید منابعی از افراد، پول و زمان را برای برآورده ساختن تمامی آن‌ها فراهم کنید. ۵- نداشتن برنامه‌های جامع کوتاه مدت و بلند مدت: از همان ابتدا برای اندازه‌گیری تمامی نتایج برنامه‌ریزی کنید. تمامی نتایج نه بعضی از آن‌ها همچنین نه فقط هر چند وقت یکبار بلکه غالباً این کار را انجام دهید.

۶- استفاده از طرح‌ها و سناریوهای پیچیده و غیر قابل فهم برای مشتریان و اعضاء

۷- عدم توجه به سیستم مانیتورینگ و نظارت مستمر

زیرساختهای مورد نیاز باشگاه مشتریان

- نیروی متخصص در حوزه IT و فروش
- نرم‌افزار باشگاه مشتریان برای مدیریت فرآیندهای باشگاه مشتریان
- ارتباط سیستماتیک با نرم‌افزار بیمه‌ای برای محاسبه امتیازات بیمه‌ای مشتریان
- ارتباط سیستماتیک با نرم‌افزار CRM برای محاسبه امتیازات بیمه‌ای مشتریان

منابع:

سایت <https://fa.wikipedia.org/wiki>

سایت <https://mimsadr.com>

سایت <http://manibon.ir>

• با توجه به نوع مخاطبان سازمان، باشگاه به مدل‌های مختلفی تقسیم‌بندی می‌گردند.

• برای شرکت‌ها و سازمان‌های تجاری که دارای مشتریان، نمایندگان، شرکای تجاری و... می‌باشند، باشگاه مشتریان با رویکرد ایجاد تعامل و وفاداری راه‌اندازی می‌گردد. در سازمان‌ها و تشکلهای، مجامع صنفی و اتحادیه‌ها که دارای روابط تجاری با اعضاء نمی‌باشند و صرفاً برای ایجاد ارتباط و تعامل مستمر و ارائه خدمات هرچه بهتر، باشگاه اعضاء سازمان راه‌اندازی می‌گردد.

ج) بر اساس سطوح سازمان:

• یک باشگاه می‌تواند دارای سطوح مختلف باشد به عنوان مثال در یک شرکت تجاری باشگاه می‌تواند دارای بخش‌های زیر باشد:

۱. باشگاه مشتریان

۲. باشگاه نمایندگان

۳. باشگاه کارکنان

• در یک مرکز آموزشی باشگاه می‌تواند دارای سطوح باشگاه دانش‌آموزان و دانشجویان، باشگاه اساتید و باشگاه کارکنان باشد.

راه‌های افزایش اعضاء:

۱- سهولت ثبت نام در باشگاه

به این معنی که ثبت نام هم برای مشتریان بالفعل و هم برای مشتریان بالقوه آزاد باشد (باشگاه باز)، این امر موجب می‌گردد که افرادی که حتی مشتری نیستند هم جذب گردند و ممکن است در طول همکاری با باشگاه از خدمات مناسب شرکت رضایت پیدا کرده و تبدیل به مشتری بالفعل گردند.

۲- ظاهر باشگاه و طراحی آن:

- سهولت ارائه خدمات و قابل فهم بودن آن (کاربر پسند)

- در دسترس بودن باشگاه مشتریان از طریق کانال‌های مختلف ارتباطی

- وجود لینک‌ها و دسترسی‌های کاربردی مورد نیاز مشتریان در بستر نرم‌افزار باشگاه

- وجود پشتیبانی فعال (پاسخگویی به موقع به سوالات و مشکلات مردمی به صورت آنلاین (چت آنلاین و آفلاین)

- درج سوالات متداول برای آگاهی مشتریان

- استفاده از گرافیک و طراحی جذاب.

۳- وجود طرح‌های هدفمند و انگیزشی برای مرادده هر چه بیشتر مشتری با باشگاه

۴- ارائه خدمات و ارزش افزوده به مشتریان عضو باشگاه

۵- برنامه‌ریزی مناسب برای مدیریت تجربه مشتریان عضو باشگاه

دلایل شکست یک باشگاه:

۱- عدم هماهنگی برنامه‌های وفاداری با برنامه‌های بازاریابی: برای موفقیت باشگاه مشتریان خود باید برنامه وفاداری را با برنامه فعلی



تسلیت

متأسفانه با خبر شدیم نماینده بیمه پارسیان، سرکار خانم فرنوش نصرالله زاده، (کد ۵۱۰۵۸۰) که از نمایندگان فعال بیمه پارسیان در شهر تهران بودند، دار فانی را وداع گفته‌اند.

ضمن عرض تسلیت به کلیه بازماندگان ایشان و همچنین همکاران محترم بیمه پارسیان برای آن مرحومه از درگاه خداوند متعال طلب عفو و بخشش و برای بازماندگان صبر و اجر مسئلت داریم.

همچنین با خبر شدیم همکارانمان خانم‌ها سیده فاطمه صالح زاد، سمیه درویش، مریم امینی و طاهره آرایش و آقایان وحید داداشی، علی زینلی و موسی محمدی در غم از دست دادن عزیزانشان به سوگ نشستند.

نشریه چتر ضمن همدردی با این همکاران گرامی برای ایشان و خانواده محترمشان از درگاه باری تعالی طلب صبر و بردباری می‌نماید.

انتصاب‌های جدید در بیمه پارسیان

طی احکامی از سوی آقای اوبارحسین، نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان، همکاران جدیدی در سمت‌های سازمانی مختلف منصوب شدند: نشریه چتر برای این عزیزان آرزوی توفیق در سمت‌های جدید را دارد.

سمت	نام و نام خانوادگی
مدیر بیمه‌های عمر، حوادث و درمان گروهی	مجید گرشناسی
معاون مدیر بیمه‌های باربری	محمد پوریا فرهنگ
معاون مدیر حسابرسی داخلی	لیلا عبدالرزاق
با حفظ سمت سرپرست شعبه تبریز	امیرحسین فرداد
سرپرست منطقه ۳ کشور	سعید هرسج ثانی



لغات انگلیسی تخصصی بیمه

برگرفته از کتاب فرهنگ اصطلاحات بیمه نوشته هادی اوبار حسین

لغت	ترجمه
Sudden death	مرگ ناگهانی
Sum insured	(سرمایه بیمه شده (در بیمه‌های اموال
Super profit commission	کارمزد منافع اضافی یا ممتاز
Supplementary insurance	بیمه تکمیلی
Surplus reinsurance	بیمه اتکایی مازاد سرمایه
Surplus treaties	قراردادهای مازاد سرمایه
Surrender value	ارزش بازخرید
Survey	کارشناسی
Survey fees	هزینه کارشناسی
Survey report	گزارش کارشناسی
Table of limits	جدول تعهدات
Take note	فرم پذیرش
Target risk	خطر اصلی و تعیین کننده
Tariff	تعرفه
Technical account	حساب فنی
Technical and legal conditions risk	شرایط فنی و قانونی خطر
Technical reserve	ذخیره فنی
Tempest	توفان

آرامش

آرایه و صدور بیمه نامه آتش سوزی با پوشش های کامل از قبیل سیل، زلزله، طوفان، سرقت و ...
فرآیند صدور بسیار آسان و سریع (عدم نیاز به بازدید اولیه) قابلیت صدور به صورت اقساط



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان

جهت کسب اطلاعات بیشتر به شعب و نمایندگی های بیمه پارسیان در سرتاسر کشور
و یا به سایت رسمی شرکت به نشانی www.parsianinsurance.ir مراجعه فرمایید

مرکز ارتباطات : ۰۲۱-۸۲۵۹



دنیا دنیا آرامش
بیمه پارسیان

بیمه نامه مسئولیت مدنی

کارفرما در قبال ماموران یگان حفاظت محیط زیست

و جنگلبانی



مرکز ارتباطات: ۸۲۵۹

www.parsianinsurance.ir