



نشریه داخلی بیمه پارسیان • مدیریت روابط عمومی
شماره پنجاهم | بهمن و اسفندماه ۱۹۹ | ویژه نوروز ۱۴۰۰



◀ کلنگ احداث مدرسه شش کلاسه بیمه پارسیان
درگتوند زده شد

پیام تبریک نایب رییس هیات مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان
به مناسبت نوروز ۱۴۰۰



◀ احداث یک مدرسه دیگر در مناطق محروم استان هرمزگان
توسط بیمه پارسیان
◀ آغاز ساخت ششمین مدرسه بیمه پارسیان در مناطق محروم کشور



بیمه پارسیان

ارایه و صدور انواع بیمه نامه ها

دنیا دنیا آرامش

تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از

بلوار میرداماد، خیابان قبادیان غربی

پلاک ۲۲ مرکز ارتباطات : ۸۲۵۹

www.parsianinsurance.ir

برگزیده مطالب این شماره



۱۱

احداث یک مدرسه دیگر در مناطق محروم استان هرمزگان توسط بیمه پارسیان

پس از ساخت چندین مدرسه در مناطق محروم هرمزگان و جزایر استان...

توسط بیمه پارسیان

۱۰

کلنگ احداث مدرسه شش کلاسه بیمه پارسیان در گنبد زده شد

در بازدید دکتر بیس هیات مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان از شعب استان هرمزگان به همراه اعضای هیات مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان...

۱۳

بیمه پارسیان همچنان یکی از صد شرکت برتر ایران

بیمه پارسیان در رتبه ۱۳۰ام در بین ۱۰۰۰ شرکت برتر ایران قرار گرفت...

۱۲

بیمه‌های زندگی را از مدارس شروع کنید

بیمه‌های زندگی را از مدارس شروع کنید تا با آشنایی زودهنگام با مفاهیم بیمه...

۱۹

از نمایندگان بزرگشمار بیمه‌های زندگی قدرانی شد

با پایان حضور در فرمایش نمایندگان بیمه‌های زندگی پارسیان...

۱۸

نگار و همکاران از بزرگترین شرکت بیمه‌های زندگی در ایران

نگار و همکاران از بزرگترین شرکت بیمه‌های زندگی در ایران...

۲۳

تحقیقات بازار Market Research

تحقیقات بازار Market Research برای تصمیم‌گیری بهتر در زمینه بازاریابی...

۲۲

نشریه چتر از تمامی همکاران علاقه‌مند به همکاری در گردآوری مطالب نشریه چتر دعوت به عمل می‌آورد

مطالب، آثار و مقالات خود را حداکثر تا بیستم هر ماه از طریق اوتوماسیون اداری برای سرکار خانم حاجی جعفر و یا پست الکترونیک pr@parsianinsurance.com به مدیریت روابط عمومی ارسال نمایند. مطالب می‌بایست با ذکر منابع، نام و نام خانوادگی و پست سازمانی ارسال کننده به صورت تایپ شده فایل (word) ارسال گردد.

شماره پنجاهم، بهمین و اسفند ۹۹

کلیک احداث مدرسه شش کلاسه بیمه پارسیان در گنبد زده شد

پیام تبریک نایب رئیس هیات مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان به مناسبت نوروز ۱۴۰۰

احداث یک مدرسه دیگر در مناطق محروم استان هرمزگان توسط بیمه پارسیان

- مدیر مسوول: افشین نوری
- سردبیر: سیمین نصرالهی
- دبیر تحریریه: حمیده حاجی جعفر
- طراحی و اجرا: راوک گرافیک
- گرافیک و صفحه آرایی: سمیه رفیعی
- مهدی حیدرزاده
- نشانی: خیابان ولی عصر، بالاتر از میرداماد
- خیابان قبادیان غربی، پلاک ۲۲
- کدپستی: ۱۹۶۹۳۳۴۳۱
- تلفن: ۴۲۱۶۹۳۴۱
- دورنگار: ۴۲۱۶۹۳۴۶
- پست الکترونیک: pr@parsianinsurance.com
- وبسایت: www.parsianinsurance.ir

نشریه چتر از تمامی همکاران علاقه‌مند به همکاری در گردآوری مطالب نشریه چتر دعوت به عمل می‌آورد:

مطالب، آثار و مقالات خود را حداکثر تا بیستم هر ماه از طریق اوتوماسیون اداری برای سرکار خانم حاجی جعفر و یا پست الکترونیک pr@parsianinsurance.com به مدیریت روابط عمومی ارسال نمایند. مطالب می‌بایست با ذکر منابع، نام و نام خانوادگی و پست سازمانی ارسال کننده به صورت تایپ شده فایل (word) ارسال گردد.



پیام نوروزی

يَا مُقَلَّبَ الْقُلُوبِ وَ الْأَبْصَارِ
يَا مُدَبِّرَ اللَّيْلِ وَ النَّهَارِ
يَا مُحَوِّلَ الْحَوْلِ وَ الْأَحْوَالِ
حَوِّلْ حَالَنَا إِلَى أَحْسَنِ الْحَالِ

خدای منان را سپاس که به لطفش بهاری دیگر را نظاره گر خواهیم بود. بهار در راه است و پیام آور تحول و سرزندگی و نماد قدرت خالق بی همتاست. فرا رسیدن سال نو، نوید بخش آغازی نو برای رشد و شکوفایی و رسیدن به آرمان و اهداف متعالی است. عید سعید نوروز بهانه ایست برای قدردانی از تلاش، همدلی و همراهی یکایک مدیران و تمامی کارکنان معظم بیمه پارسیان که از سرمایه اصلی و گرانقدرمان محسوب می‌شوند و همواره با تلاش دوچندان در تمام جنبه‌های فعالیت خود در حوزه اقتصادی، کمک به بهبود اقتصاد کلان کشور، مشتری مداری و همچنین ایفای نقش در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی موجب سرآمدی و سربلندی مجموعه بیمه پارسیان گردیدند، و این امر مایه افتخار و مباهات ماست.

اینجانب ضمن تبریک فرارسیدن عید نوروز به تمامی کارکنان مجموعه معظم پارسیان و بصورت ویژه کارکنان تلاشگر شرکت بیمه پارسیان، از درگاه باری تعالی سالی سرشار از سلامتی، خیر و برکت برای یکایک شما آرزومندم و امیدوارم سالی مملو از رشد و سربلندی و استواری جایگاه برای این مجموعه توانمند پیش رو داشته باشیم. انشالله در سایه الطاف حق تعالی همواره سربلند و سعادتمند باشید.

هادی اویارحسین، نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان



پیام‌های تبریک معاونین و مدیران به مناسبت نوروز سال ۱۴۰۰

یا مدبر الامور، حول حالنا الی احسن الحال

با تقدیم سلام و قدردانی از زحمات همکاران گرامی که با تلاش صمیمانه و مسئولانه در سالی که گذشت موجب سربلندی بیمه پارسیان شدند، در آغاز سده پانزدهم شمسی، امیدوارم با نوسازی اندیشه و نگرش توأم با دوراندیشی در خصوص آنچه که مقتضیات و الزامات سازگاری با الگوی جدید زندگی و کسب و کار ایجاد می‌کند، با حفظ فاصله اجتماعی و تمهیدات بهداشتی به گونه‌ای تدبیر کنیم تا خود کم نشویم و شاهد کم شدن عزیزانمان و هموطنانمان نباشیم و مجدانه برای شکوفایی هر چه بیشتر شرکت بیمه پارسیان تلاش کنیم و در راستای توسعه شرکت، خود نیز با آموزش‌های مناسب و مداوم و کسب تجربیات مفید و ارزشمند توسعه یابیم، از تحولات سازنده استقبال کنیم و مشتاقانه با تشریک مساعی برای بهبود کیفی مناسبات، ساختارها، فرآیندها و همچنین مدیریت منابع و مخارج در امور زندگی و در حوزه کسب و کار با الویت ارتقای کیفیت زندگی شخصی و اجتماعی و همچنین رضایتمندی بیمه‌گذاران و تأمین حقوق قانونی تمامی ذینفعان برنامه ریزی و اقدام کنیم.

بنا به فرمایش امیرمومنان علی (ع) "فرزند زمان خویشتن باشیم" و سعی کنیم درک و بینش دقیق و جامعی از پیرامون خود و تحولات پیش رو داشته باشیم تا در این تغییرات اجتناب ناپذیر، منشأ آثار مثبت برای خود، شرکت بیمه پارسیان و کشور عزیزمان ایران باشیم. ضمن تبریک فرا رسیدن سال نو، برای تمامی همکاران ارجمند، سلامتی، شادی و هوشیاری توأم با امیدواری و تلاش برای تحقق روزهای بهتر آرزومندم.

ایام ز دیدار شما مبارک / نوروز بمانید که ایام شماست

نادر صفاجو، عضو هیات مدیره و معاون بیمه‌های اشخاص و مسئولیت

اینجانب ضمن تبریک سال جدید به تمامی همکاران محترم شرکت بزرگ بیمه پارسیان از درگاه پروردگار آرزوی سلامتی و توفیق روز افزون برای یکایک شما عزیزان و خانواده محترمتان را دارم امیدوارم در سال جدید، شرکت بیمه پارسیان همچنان در راه رشد و دستیابی به اهداف متعالی خود سربلند باشد.

علی مدرسی نیا، عضو هیات مدیره و معاون پشتیبانی و اقتصادی

فرا رسیدن سال نو و بهار طبیعت را که نشانه تجلی برکات و موهبت‌های یزدان پاک است را به همکاران خانواده بزرگ بیمه پارسیان تبریک عرض نموده و امید است با همسویی و یویایی، زمینه تعالی و موفقیت‌های روزافزون شرکت بزرگ بیمه پارسیان را مهیا نمایم.

غلامرضا هاشم زاده، مشاور مدیرعامل در امور طرح و برنامه

پیام های تبریک معاونین و مدیران به مناسبت نوروز سال ۱۴۰۰

یا مقلب، قلب ما در دست توست یا محول، حال ما سرمست توست
کن تو تدبیری که در لیل و نهار حال قلب ما شود همچون بهار

۱۳۹۹ هم به پایان رسید. سالی دشوار و دردناک برای تمام ساکنین زمین. در این سال انسان‌های زیادی مستقیم یا غیر مستقیم قربانی همه‌گیری بیماری کووید ۱۹ شدند. یک پاندمی بزرگ با یک ویروس کوچک. کرونا با تمام بدیهایش، درس‌های فراوانی به انسان‌ها آموخت که مهم‌ترین آن این است که قدر داشته‌هایمان حتی اگر به ظاهر کوچک و دم دستی باشند را بیشتر بدانیم. کرونا به ما آموخت که بزرگترین سرمایه‌ی ما تندرستی خود و عزیزان‌مان است و انسان‌ها خواسته یا ناخواسته زنجیروار به هم متصل هستند و مرزبندی‌های قومی، مذهبی و نژادی قادر به جداسازی روح جمعی زندگی بر این کره‌ی خاکی نیستند. و اینک با امید به شکست این ویروس پلید و بازگشت به اصل زندگی، به پیشواز نوروز باستانی، آغاز سال ۱۴۰۰ می‌رویم. نوروز که می‌آید با خود پیام نو شدن می‌آورد و سال نو همیشه نویدبخش افکار نو، کردار نو و تصمیم‌های نو برای آینده است. آینده‌ای که همه امید داریم بهتر از گذشته باشد. سال نو می‌شود، زمین نفسی دوباره می‌کشد، درختان شکوفه‌باران می‌شوند و گل‌ها لبخند می‌زنند و در این رویش و زایش دوباره طبیعت، این پرسش تداعی می‌گردد که ما کجای زمان ایستاده‌ایم و نقش و سهم‌مان از این نو شدن‌ها چیست؟ یادمان باشد که در سال نو، زیبایی‌های کوچک را دوست بداریم حتی اگر در میان زشتی‌های بزرگ باشند. یادمان باشد که دیگران را دوست بداریم آن‌گونه که هستند، نه آن‌گونه که ما می‌خواهیم باشند. یادمان باشد که امید تنها دلیل زندگی‌ست پس با امید به ایزد منان، زندگی کنیم و به‌دیگران امید به زندگی ببخشیم چرا که زمان همیشه از آن ما نیست. یادمان باشد در کشاکش زندگی روزمره چهار روزمزی نشویم و فراموش نکنیم که عمر بی‌رحمانه کوتاه است و فرصت دیدارها بی‌رحمانه کوتاه‌تر... با آرزوی سلامتی و شادکامی برای تک تک همکاران عزیز و شادباش جشن نوروز، امید است در سال نو با توکل به خداوند متعال، دوشادوش هم با عزمی جدی و تلاشی همه‌جانبه در راه پیشبرد اهداف و اعتلای شرکت معظم بیمه پارسیان بیش از پیش کوشا باشیم.

لیلا کریمیان، معاون بیمه‌های اموال

زکوی یار می‌آید نسیم باد نوروزی از این باد ارمدد خواهی چراغ دل برافروزی

در انتهای فصلی سرد و گذر از آفتاب نیمه سوزان زمستانی به استقبال بهار و شکوفه‌های روح انگیزش می‌رویم. در گوشه کنار شهر، طبیعت دوباره جان گرفته و نوید از آمدن روزهای امید بخش می‌دهد و چه زیباست قبل از آمدن بهار، بهاری شدن. بهارنشان از شروعی دوباره است تا همواره به یاد داشته باشیم که با امید و همراهی در مسیر خداوند و اتکا به قدرت لایزال خالق بی‌همتا، می‌توان دوباره نو شد و برای رسیدن به اهداف متعالی و رشد و شکوفایی در این مسیر گام برداشت. فرارسیدن عید باستانی نوروز، فرصتی است برای عرض تبریک به کارکنان خدمت بیمه پارسیان و قدردانی از همکاری و همراهی تان با نشریه چتر در سالی که گذشت. به لطف همراهی تان به پنجاهمین شماره از نشریه چتر رسیدیم و خداوند را شاکریم که در این سال‌ها توانستیم تلاش همه عزیزان در بیمه پارسیان را منعکس نماییم. امیدواریم سالی که در پیش داریم، نوید روزهای امیدبخش و سرشار از تندرستی و سلامتی برای تمامی همکاران بیمه پارسیان و خانواده معظم ایشان باشد و همواره تلاش برای سربلندی جایگاه بیمه پارسیان را سرلوحه سال جدید قرار دهیم.

سردبیر



پیام‌های تبریک معاونین و مدیران به مناسبت نوروز سال ۱۴۰۰

به نام ایزد یکتا

بار دیگر زلال زندگی از چشمه ساران می جوشد و نسیم نوبهار بردامن شاخساران خبر از حلول دوباره بهار می دهد. در آستانه این نو شدن، عید فرخنده نوروز را به تمامی همکاران محترم بیمه پارسیان تبریک و تهنیت عرض نموده و از پیشگاه خداوند متعال برای همه شما و خانواده محترمتان، سلامتی و بهروزی مسئلت دارم. سالی سرشار از خیر و برکت و عافیت برای یکایک شما آرزومندم.

فرهاد کیوان مدیر دفتر مدیرعامل

نوبهار است در آن کوش که خوشدل باشی که بسی گل بدمد باز و تو در گل باشی

بهار طبیعت از راه می‌رسد و جهان نمایی از قدرت خداوندی می‌گردد. با فرا رسیدن سال نو فصل شادی بخش بهاران و حیات دوباره زمین که نشانه‌ای از قدرت لایزال الهی است آغاز می‌شود و آهنگ فرح بخش زندگی بر گستره گیتی شروع به نواختن می‌کند. به مناسبت فرارسیدن سال نو اینجانب فرصت را مغتنم شمرده و ضمن تبریک عید نوروز به همه همکاران محترم و تلاشگر بیمه پارسیان، از خداوند باری تعالی برای تک تک کارکنان و خانواده محترم ایشان سلامتی، سربلندی و توفیق روزافزون آرزومندم. امید است در سال جدید در سایه الطاف الهی شاهد رشد بیش از پیش بیمه پارسیان باشیم.

افشین نوری، مدیر روابط عمومی و تبلیغات

برآمد باد صبح و بوی نوروز به کام دوستان و بخت پیروز
مبارک باد و این سال و همه سال مبارک بادت این روز و همه روز

شروع موسم بهار، نمایش قدرت ذات لایزال الهی در بخشش دوباره جان‌ها به طبیعت بی جان و نوید بخش فرصت‌های جدید برای زندگی همه آفریدگان خداوند متعال است.

فرا رسیدن عید نوروز نشان از طراوت و تازگی دارد و نسیم امید بخش بهاری آغاز نو را به ما مژده می‌دهد. اینجانب ضمن تبریک فرا رسیدن عید نوروز باستانی و سال نو، برای تمامی همکاران محترم و تلاشگر شرکت بیمه پارسیان آرزوی سالی سرشار از سلامتی و بهروزی دارم.

حسین خضایی، سرپرست اداره بازرسی و رسیدگی به شکایات

آمد بهار و شد چمن و لاله زار خوش وقت است خوش بهار که وقت بهار خوش

سال نو می‌شود، زمین نفسی دوباره می‌کشد، برگ‌ها به رنگ درمی‌آیند و پرنده‌های خسته برمی‌گردند و در این رویش سبز از خدا می‌خواهیم که همیشه بوی زلف صبا جانبخش روح و جانتان باشد.

جعفر سلطانی، مدیر بیمه‌های خودرو

فرارسیدن نوروز باستانی و آغاز سال نو را خدمت همکاران عزیز و خانواده محترمشان صمیمانه تبریک عرض می‌نمایم. خواسته قلبی بنده، روزگاری سرشار از تندرستی، شادکامی، صلح، رفاه در سرتاسر جهان و میهن عزیزمان ایران می‌باشد. امید است با تلاش، پشتکار و همدلی هریک از ما زمینه رشد و پیشرفت هر چه بیشتر شرکت بزرگ بیمه پارسیان فراهم گردد.

سمانه عزیزنصیری، مدیر ریسک

پیام‌های تبریک معاونین و مدیران به مناسبت نوروز سال ۱۴۰۰

با فرارسیدن سال نو بیاییم همگام با تمام عناصر جهان که در کار تکرار بهارند و در تدارک نو شدن، با تکیه بر ظرفیت‌های وجودیمان، امسال را سرنوشتی روشن‌تر ببخشیم. دل‌هایمان را نزدیک کنیم، دست‌هایمان را به یکدیگر بدهیم و در سال جدید، با یاری هم، چشم‌اندازی زیبا و خاطره‌انگیز خلق کنیم. تلاش کنیم تا با پشتکار بیشتر، برنامه‌ریزی دقیق‌تر، عملکرد با کیفیت‌تر، تحلیل‌های درست‌تر و نگاه خلاقانه و نوآورانه، گام‌های اثربخشی در راستای تعالی و سرآمدی خودمان و شرکت عزیزمان برداریم. سالی چنین مبارکمان باد.

امیر مومنی، مدیر طرح و برنامه

هر زمان نو می‌شود دنیا و ما بی خبر از نو شدن اندر بقا

سال نو را به شما تبریک گفته و آرزومندم تا در سال جدید آرزوهایتان را زندگی کنید.

هر روزتان نوروز

روح اله حیدری، مدیر فناوری اطلاعات و ارتباطات

در پرتو الطاف ایزد منان، نوروز فرخنده و سالی سرشار از سلامتی و بهروزی، طراوت و شادکامی، عزت و کامیابی برای همکاران گرامی آرزومندم.

محمد رضا کمالی نفر، مدیر بیمه‌های اتکایی و امور بین الملل

آغاز سال نو شمسی و نوروز باستانی که یادگار نیاکان و پیام‌آور دوستی، عشق و محبت است را محضر شریف همه سروران گرامی تبریک و تهنیت عرض می‌نمایم، و از خداوند منان برای همه عزیزان در سال جدید سلامتی، بهروزی، طراوت و شادکامی، عزت و کامیابی را آرزومندم. امید است در پرتوی الطاف بیکران خداوندی، با تلاش مضاعف، همدلی و همکاری همه یاران و عزیزان در مسیر تحقق اهداف کلان شرکت گام برداریم.

امیرنجبر، سرپرست مدیریت بیمه‌های عمر انفرادی و درمان مسافرتی

همکاران ارجمند:

در آستانه فرا رسیدن "عید نوروز باستانی" و آغاز سال نو، تبریک و تهنیت صمیمانه را تقدیم شما و خانواده محترمتان داشته و در سال جدید سلامتی و بهروزی، طراوت و شادکامی، عزت و کامیابی را برایتان آرزومندیم.

سال نو مبارک

مجتبی خسروی، مدیر توسعه بازار و امور مشتریان

به‌نام هستی بخش جان‌ها

با خوبی و بدی‌ها هر آنچه که بود برگ دیگری از دفتر روزگار ورق خورد برگ دیگری از درخت زمان بر زمین افتاد، سالی دیگر گذشت. موجب افتخار است که شادباش و تبریکات اینجانب را همراه با نسیم روح بخش نوروز پذیرا باشید.

مجید گرشاسبی، مدیر بیمه‌های درمان، عمر و حوادث گروهی

فرا رسیدن نوروز باستانی، یادآور شکوه ایران و یگانه یادگار جمشید جم بر همه ایرانیان پاک پندار، راست گفتار و نیک کردار خجسته باد.

احتشام موسوی، مدیر پشتیبانی



پیام‌های تبریک معاونین و مدیران به مناسبت نوروز سال ۱۴۰۰

در پرتوی الطاف ایزدمنان سال نو فرا رسید، گذر از سالی که جهان با مشکلات عدیده و در رأس آن بیماری مهلک کرونا مواجه بود تا بسیج همگانی برای تولید و اکسن و حفظ جان هم وطنان عزیزمان، آنچه بار دگر نمایان شد طبیعه پر درخشش امید، تلاش و توکل بر ذات لایتناهی پروردگار است.

اکنون که سال جدید را آغاز می‌کنیم ضمن آرزوی سلامتی و موفقیت برای کلیه همکاران و خانواده معزز آنان، از همکاری صمیمانه و مستمر هیأت محترم عامل، مدیران، کارکنان و نمایندگان گرامی کمال تشکر را داریم و امید است مدیریت آموزش خدمتگزارانه در راستای اهداف شرکت مثمرتر بوده باشد.

محمود رابطیان، مدیر آموزش

● دو قدم مانده به خندیدن برگ، یک نفس مانده به ذوق گل سرخ، چشم در چشم بهاری دیگر، تحفه‌ای یافت نکردم که کنم هدیه تان یک سید عاطفه دارم همه ارزانی تان...

حلول سال نو و بهار پرطراوت که نشانه قدرت لایزال الهی می‌باشد را به تمامی همکاران گرامی تبریک عرض نموده و سالی سرشار از سلامتی، برکت و معنویت از درگاه خدواند منان مسئلت دارم.

محسن صفری، مدیر سرمایه‌های انسانی

● حمد و سپاس پروردگار منان را که در سایه الطاف بیکرانیش، خانواده بزرگ بیمه پارسیان توانست با سعی و تلاش بی‌وقفه برای رسیدن به اهداف عالی خود در جهت حفظ و حمایت از جان و مال هموطنان ایرانی، ارتقاء خدمت‌رسانی به آحاد جامعه همچنین ارتقای امنیت به عنوان محور اصلی و اساسی فعالیت‌های خود گام‌های بلندی بردارد و به موفقیت‌های چشمگیری دست یابد. امید است در سالی که در پیش‌رو داریم این تلاش‌ها در راستای دستیابی به چشم انداز، حفظ و ارتقای جایگاه برتر شرکت، افزایش کیفیت و رضایتمندی جامعه ادامه یابد. از صمیم قلب برای کلیه همکاران محترم و خانواده گرامیشان از خداوند منان سلامتی مسئلت دارم، امیدوارم سال جدید برای همگی ایشان مملو از رحمت بیکران خدواند متعال باشد. انشاءالله..

علی گنجی، مدیر بیمه‌های مسئولیت

● **و انتهای این قصه سرد و سپید همیشه سبز خواهد بود تا رسیدن سال نو، تنها یک سلام خورشید باقیست**
فرارسیدن سال جدید و ایام باشکوه بهار طبیعت را خدمت همه شما همکاران ارجمند و گرامی صمیمانه تبریک و تهنیت عرض می‌نمایم؛ امید دارم که با همت خود در سال جدید نیز برگ‌های زرین دیگری به کتاب پر افتخار صنعت بیمه کشورمان بیافزایید و به فضل الهی به جایگاه‌های والاتر و بالاتر دست یابید.

سید فرخ مطهر، مدیر بیمه‌های مهندسی

● **نوروز، نماد جاودان نو شدن است تجدید جوانی جهان کهن است**
زین‌ها همه خوب تر که هر نو شدنش یادآور نام پاک ایران من است
فرارسیدن نوروز و سال نو را شادباش میگویم. برایتان تندرستی و نیکروزی در سال نو آرزو دارم. امیدوارم سالی سرشار از شادی و کامروایی داشته باشید.

سارا آقایی، مدیر بیمه‌های باربری

در بازدید نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان از شعب استان خوزستان به همراه هیات اعزامی بیمه مرکزی به مناسبت دهه مبارک فجر اتفاق افتاد

کلیک احداث مدرسه شش کلاسه بیمه پارسیان در گتوند زده شد

پارسیان برای ساخت مدرسه از هماهنگی‌های انجام شده برای ساخت ۶ مدرسه در اقصی نقاط کشور خبر داد و گفت مدرسه شش کلاسه شهر گتوند نیز از جمله برنامه‌های شرکت در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی است که می‌تواند تاثیر بسزایی در آموزش و پرورش شهر داشته باشد.

در ادامه نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان از شعب بیمه پارسیان در استان خوزستان بازدید کردند. در این دیدار که در شعب آبادان، دزفول و اهواز برگزار گردید، طی جلسه‌ای با روسا و کارکنان این شعب، ضمن ابراز رضایت از عملکرد بیمه‌ای در این استان توصیه‌ها رهنمودهای لازم جهت جذب مشتریان و جلب رضایت و ارائه خدمات بهتر به بیمه‌گذاران و بهبود عملکرد در کسب پرتفوی را ارائه نمودند.

براساس این گزارش به مناسبت دهه فجر انقلاب اسلامی، رییس کل بیمه مرکزی به همراه هیات همراه در استان خوزستان حضور داشتند. در این برنامه ضمن افتتاح شعب چند شرکت بیمه در استان و بازدید از چند پروژه و سازمان مرتبط با بیمه، در شعبه بیمه پارسیان در شهر آبادان نیز حضور یافتند و از نحوه ارائه خدمات بیمه پارسیان در شهر آبادان و همچنین استان خوزستان مطلع گردیدند.

همزمان با آغاز دهه فجر انقلاب اسلامی، کلیک مدرسه ۶ کلاسه در منطقه گتوند استان خوزستان بر زمین زده شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، در این مراسم علاوه بر معاون طرح و توسعه بیمه مرکزی و نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت بیمه پارسیان به عنوان حامی اصلی این مدرسه، مدیران عامل چند شرکت بیمه‌ای و همچنین نماینده ولی فقیه و امام جمعه گتوند، شهرستان گتوند در مجلس شورای اسلامی، فرماندار شهرستان گتوند، ریاست اداره آموزش و پرورش و ریاست سازمان توسعه و نوسازی مدارس استان خوزستان نیز حضور داشتند. این مدرسه در راستای اجرای رویکرد مسئولیت‌های اجتماعی شرکت بیمه پارسیان و با هزینه‌ای بالغ بر دو میلیارد و پانصد میلیون تومان ساخته می‌شود.

نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت بیمه پارسیان، با اشاره به خدماتی که توسط شرکت‌های بیمه‌ای ارائه می‌شود، ابراز امیدواری کرد که این خدمات منشا اثرات تاثیرگذار در جامعه باشد و علاوه بر آن باعث تسهیل کسب علم برای آینده سازان کشورمان گردد.

آقای اوپارحسین در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به حرکت بیمه





پس از ساخت چندین مدرسه در مناطق محروم کرمانشاه و خوزستان

احداث یک مدرسه دیگر در مناطق محروم استان هرمزگان توسط بیمه پارسیان



است که بیمه پارسیان در این سالها بخش عمده‌ای از مسئولیت اجتماعی خود را در این راستا قرار داده و امیدوار است آینده سازان میهن مان در راه کسب علم و دانش با مانع کمبود مدارس مواجه نباشند.

آموزان تحویل آموزش و پرورش داده و هم اکنون مراحل ساخت ۲ مدرسه دیگر را نیز در هفته‌های اخیر آغاز نموده است. ساخت مدارس در مناطق کمتر برخوردار برای آینده سازان کشور جزو حسنات پسندیده‌ای

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ مراحل احداث یک مدرسه روستایی دیگر توسط بیمه پارسیان در یکی از روستاهای محروم شهرستان بشاگرد استان هرمزگان آغاز شد.

شرکت بیمه پارسیان که هفته قبل به مناسبت ایام دهه مبارک فجر مراحل ساخت مدرسه‌ای در منطقه محروم گتوند استان خوزستان را آغاز نموده، این هفته نیز اقدام به ساخت مدرسه‌ای دیگر در یکی از روستاهای محروم شهرستان بشاگرد استان هرمزگان کرده است.

بیمه پارسیان در سال‌های اخیر حوزه مسئولیت اجتماعی و بخصوص ساخت مدارس در مناطق کم برخوردار کشور را در برنامه کاری خود قرار داده است و تاکنون ۲ مدرسه در مناطق زلزله زده استان کرمانشاه ساخته و جهت استفاده دانش

با کلنگ زنی یک مدرسه روستایی دیگر

آغاز ساخت ششمین مدرسه بیمه پارسیان در مناطق محروم کشور

مدرسه دو کلاسه با حضور جمعی از مدیران بیمه پارسیان و هم‌چنین مدیران و مسئولان آموزش و پرورش استان کهگیلویه و بویر احمد و با هدف تسهیل کسب علم و دانش برای آینده سازان کشورمان که در مناطق محروم هستند آغاز شد.

بیمه پارسیان در سال‌های اخیر ساخت ۲ مدرسه در مناطق محروم کرمانشاه را به پایان رسانده و پیش از این نیز احداث مدارس در استان خوزستان، هرمزگان و سیستان و بلوچستان را آغاز نموده است. در حال حاضر نیز با شروع احداث مدرسه در این منطقه محروم به عنوان ششمین مدرسه بیمه پارسیان در کشور، امید است کمبود فضاهای آموزش در کشور و به طبع آن استان‌های کم برخوردار مرتفع گردد و گام موثری برای تحصیل فرزندان مستعد و پرتلاش این مرز و بوم و ساخت ایرانی آباد باشد.

در روستای تپرقو از توابع دشت روم شهرستان بویراحمد به زمین زده شد که در دو هفته اخیر این دومین مدرسه‌ای است که احداث آن با هزینه بیمه پارسیان آغاز می‌شود. براساس این گزارش، بیمه پارسیان اولین شرکت بیمه‌ای می‌باشد که در احداث مدرسه در این استان اقدام نموده است. احداث این

بیمه پارسیان در ادامه فعالیت خدایندانه و مسئولیت اجتماعی خود در مناطق محروم کشور، احداث مدرسه‌ای دیگر در روستای تپرقو واقع در استان کهگیلویه و بویراحمد را آغاز نمود. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در ادامه فعالیت بیمه پارسیان در ساخت مدارس در مناطق محروم کشور، کلنگ مدرسه ابتدایی



بیمه‌های زندگی را از مدارس شروع کنید

به عنوان مثال عملکرد صندوق سرمایه‌گذاری بیمه عمر و سرمایه‌گذاری پارسیان طی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۸ معادل ۲۱/۷۵٪ بوده است، این را مقایسه کنید با نرخ سود در شبکه بانکی کشور.

نکته مهم دیگر اینکه پرداخت سود به اندوخته بیمه‌نامه‌های زندگی به صورت روزشمار ولی به سپرده‌های بانکی در حال حاضر ماه شمار است.

بیمه‌گذاران باید از حفظ اصل دارایی سرمایه‌گذاری شده و بازگشت سود آن اطمینان داشته باشند، منابع جمع آوری شده در قالب بیمه‌های زندگی در کدام بخش‌ها به کار گرفته می‌شود؟

بنا به ابلاغ شورای عالی بیمه تمام شرکت‌های بیمه‌ای موظفند از آیین‌نامه شماره ۹۷ (آیین‌نامه سرمایه‌گذاری موسسات بیمه) تبعیت کنند و بر اساس ظرفیت‌های آن نسبت به سرمایه‌گذاری در کانال‌های تعریف شده اقدام به عمل آورند. برخی از این ظرفیت‌ها سرمایه‌گذاری شامل سپرده‌گذاری در بانک، خرید اوراق مالی از قبیل اوراق مشارکت با تضامین، اسناد خزانه، خرید سهام شرکت‌های پذیرفته شده نزد شرکت بورس اوراق بهادار تهران یا فرابورس ایران، سرمایه‌گذاری در طرح‌ها و یا اجرای عملیات عمرانی، ساختمانی و سایر روش‌های دیگر می‌باشد.

در حال حاضر چه موانعی بر سر راه توسعه بیمه‌های زندگی در کشور وجود دارد؟

عوامل تاثیرگذار زیادی در رشد بیمه‌های زندگی وجود دارد؛ این موضوع را می‌توان از دو دیدگاه عوامل اثرگذار داخلی و خارجی مورد بررسی قرارداد. عوامل اثرگذار داخلی تا حدود زیادی در کنترل و مدیریت شرکت‌های بیمه‌ای می‌باشد که بتوانند با مدیریت، برنامه‌ریزی، بازاریابی، تحقیق و توسعه و ... در رفع نیازهای جامعه در این حوزه با بهره‌گیری از توانمندی‌های خود نسبت به رشد بیمه‌های زندگی در کشور متناسب با اسناد بالادستی (برنامه ششم توسعه و سیاست‌های بیمه مرکزی ج.ا.ا) حرکت نمایند.

اما عوامل اثرگذار خارجی بر عملکرد شرکت‌های بیمه در مسیر رشد بیمه‌های زندگی تاثیر می‌گذارند اما در کنترل بیمه‌گر نیستند؛ که می‌توان آن را به عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، سیاسی، فناوری و عوامل جهانی دسته‌بندی نمود. به نظر بنده در حال حاضر عوامل اقتصادی و اجتماعی در جامعه ایران نقش پررنگ‌تری را ایفا می‌کنند. به طور مثال سطح درآمد مردم نیز با فروش بیمه‌نامه اندوخته‌دار رابطه مستقیم دارد. هر میزان سطح درآمد افراد بیشتر باشد، در سبد هزینه خانوار نیز بیمه نقش محوری‌تری را ایفا خواهد نمود. همچنین در حوزه عوامل اجتماعی لزوم آموزش‌های مستمر از مدارس برای تغییر دیدگاه و نگرش جامعه نسبت به بیمه و ترویج فرهنگ آن به خصوص بیمه‌های زندگی احساس می‌گردد که این در کشورهای دیگر نیز این موضوع تجربه و به اثبات رسیده است.

لزوم آموزش‌های مستمر از مدارس برای تغییر دیدگاه و نگرش جامعه نسبت به بیمه و ترویج فرهنگ آن به خصوص بیمه‌های زندگی احساس می‌گردد که این در کشورهای دیگر نیز این موضوع تجربه و به اثبات رسیده است.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ بیمه‌های زندگی علاوه بر ایجاد امنیت خاطر جهت دسترسی به منابع قابل اتکای مالی و پولی پس از سرمایه‌گذاری مدت دار، برای بیمه‌گذار، از منظر سرمایه‌گذاری و مشارکت در کسب سود، فرصتی را فراهم می‌آورند تا بیمه‌گذاران با استفاده از توانایی‌های سرمایه‌گذاری شرکت‌های بیمه‌گر، از سود قابل توجهی بهره‌مند شوند. این مهم با توجه به شرایط ملاطمت اقتصادی کشور که در آن نرخ تورم با سیاست سرکوب بانک مرکزی از نرخ سودبانکی عقب مانده و بازار بورس با نوسانات شدید مواجه است، اهمیتی مضاعف پیدا می‌کند. برای آشنایی بیشتر با ظرفیت‌های بیمه‌های زندگی در بخش سرمایه‌گذاری مصاحبه‌ای انجام داده‌ایم با امیر محمد رنجبر سرپرست مدیریت بیمه‌های عمر انفرادی و درمان مسافرتی که در ادامه ملاحظه می‌کنید:

به عنوان پرسش نخست، مقایسه‌ای داشته باشید بین سود در بیمه‌های زندگی و سپرده بانکی؟

از بدو معرفی بیمه‌های زندگی اندوخته‌دار تاکنون قیاس بین منافع حاصل از تشکیل اندوخته این بیمه‌نامه و سپرده‌های بانکی با محوریت کسب منافع بیشتر وجود داشته است. با نگاهی اجمالی می‌توان این قیاس را از منظر مدت زمان، میزان سود و نوع پرداخت مورد بررسی قرار داد.

بیمه‌های زندگی اندوخته‌دار، بیمه‌نامه‌های بلند مدت می‌باشند؛ اما با بررسی ادوار گذشته در نظام بانکی کشور بلندمدت‌ترین سپرده‌گذاری حداکثر ۵ سال بوده است که در حال حاضر بنا به شرایط اقتصادی و سیاست‌های پولی و مالی در کشور حداکثر مدت سپرده‌گذاری به یکسال کاهش یافته است.

در خصوص میزان سود هم این تفاوت وجود دارد؛ در بیمه‌های زندگی اندوخته‌دار، بنا به الزامات نهاد ناظر در طی مدت بیمه‌نامه، به اندوخته تشکیل شده، سود فنی علی الحساب یا سود تضمینی معین تعلق خواهد گرفت. در صورتی که شرکت بیمه از مجموع معاملات بیمه‌های زندگی منافعی فراتر از سود تضمینی کسب نماید، موظف است در پایان هر سال حداقل ۸۵ درصد منافع مازاد بر نرخ سود فنی را محاسبه و تحت عنوان سود مشارکت در منافع به سود تضمینی اضافه نماید. بنابراین جذابیت در این نکته نهفته است که سقف محدود کننده در پرداخت سود به بیمه‌های زندگی اندوخته‌دار وجود ندارد، و بنا به عملکرد سرمایه‌گذاری انجام شده سود قطعی (سود فنی علی الحساب بعلاوه سود مشارکت در منافع) با در نظر گرفتن حداقل سود تضمینی در هر سال متغیر خواهد بود.



بیمه پارسیان همچنان یکی از صد شرکت برتر ایران

در اقتصاد کشور را معرفی می کند و بیمه پارسیان نیز از ابتدای تاسیس تاکنون در این رتبه بندی جزو صد شرکت برتر ایران قرار داشته است. بیمه پارسیان با تکیه بر دانش، نوآوری و خلاقیت کارکنان و نمایندگان خود و اتخاذ تدابیر مناسب و هوشمندانه روند رو به رشد خود را با قدرت حفظ و همچنان در این مسیر ادامه خواهد داد.

مختلف، گسترش رقابت بین بنگاههای اقتصادی کشور و علمی تر نمودن فضای تصمیم گیری مدیران، رتبه بندی شرکت های برتر ایران در سال ۱۳۹۹ را برای بیست و سومین سال متوالی اعلام کرد و نام بیمه پارسیان همچنان در میان صد شرکت برتر ایران قرار دارد. این رتبه بندی هر ساله شرکت های بزرگ و تاثیرگذار

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ بر اساس آخرین رتبه بندی اعلام شده از سوی سازمان مدیریت صنعتی، بیمه پارسیان همچنان در بین صد شرکت برتر ایران قرار دارد. سازمان مدیریت صنعتی با هدف شفاف سازی فضای کسب و کار کشور، ارایه تصویری روشن از جایگاه بنگاه های اقتصادی و گروه های صنعتی

رضایت هادی حجازی فر کارگردان و بازیگر سینما و تئاتر از کارشناسی و پرداخت خسارت بیمه پارسیان



توسط کارشناسان مدیریت بیمه های آتش سوزی، این پرونده با رضایت کامل زیان دیده مختومه گردید.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، هادی حجازی فر کارگردان و بازیگر از زنده سینما و تئاتر کشور جهت دریافت خسارت در شرکت بیمه پارسیان حضور یافت. بر اساس این گزارش، هادی حجازی فر با حضور در دفتر مرکزی بیمه پارسیان و نشست و گفتگو با مدیران ارشد این شرکت، خسارت وارده در اثر حادثه آتش سوزی سالن تئاتر هامون را دریافت و در پایان رضایت کامل خود را از خدمات بیمه پارسیان در این جلسه حضوری اعلام نمود و از همکاری در پرداخت دقیق و به موقع خسارت این شرکت قدر دانی کرد.

هادی حجازی فر از بیمه گذاران بیمه پارسیان می باشند که مدتی قبل سالن تئاتر هامون را که مدیریت آن را برعهده دارد تحت پوشش بیمه آتش سوزی بیمه پارسیان در آورده و متأسفانه چندی پیش این سالن دچار حادثه آتش سوزی و خسارت گردید و پس از تشکیل پرونده و انجام امور کارشناسی

مدیران و کارکنان بیمه پارسیان در پویش اهدای خون مشارکت کردند

مدیران و کارکنان بیمه پارسیان با استقبال از عمل خدایسنده اهدای خون با رعایت دستورالعمل ها و پروتکل های بهداشتی در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی و کمک به بیماران نیازمند در این امر مشارکت کردند. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با عنایت به اهتمام نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل و همچنین هماهنگی انجام شده توسط اداره امور بازرسی و با توجه به نیاز مبرم کشور به خون در این ایام، با دعوت از سازمان انتقال خون کشور و حضور تیم ویژه این سازمان در ساختمان مرکزی بیمه پارسیان در راستای کمک به بیماران نیازمند خون، با رعایت کلیه پروتکل های بهداشتی و رعایت فاصله گذاری اجتماعی، مدیران و کارکنان این شرکت اقدام به اهدای خون نمودند.



جشنواره بیمه گزاران خوش حساب بیمه های زندگی بیمه پارسیان با جوایز ویژه

نحوه کسب امتیاز در این جشنواره می‌توانند به شعب و نمایندگی‌های بیمه پارسیان و همچنین به سایت رسمی این شرکت به آدرس www.parsianinsurance.ir مراجعه نمایند. مرکز ارتباط با مشتریان بیمه پارسیان نیز با شماره ۸۲۵۹ داخلی ۱ پاسخگوی سوالات بیمه گزاران محترم خواهد بود.

بیمه‌گزارانی که در بازه زمانی ۱۳۹۹/۰۱/۰۱ لغایت ۱۳۹۹/۱۲/۳۰ اقدام به پرداخت حق بیمه نموده‌اند و در طی مدت طرح فاقد حق بیمه معوق باشد براساس شرایط اعلام شده امتیاز تعلق خواهد گرفت و در پایان طرح به حائزین شرایط این جشنواره جوایز ارزشمندی اهدا خواهد شد. علاقه مندان جهت اطلاع از شرایط طرح و

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، این شرکت در راستای تکریم و قدردانی از بیمه گزاران خوش حساب بیمه‌های زندگی و همچنین رعایت اصل مشتری مداری، جشنواره بیمه گزاران خوش حساب را با اهدای جوایز ویژه آغاز کرد. بر اساس این گزارش در این جشنواره کلیه

گردهمایی مدیران بیمه پارسیان با روسای شعب منطقه غرب برگزار شد



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ گردهمایی مدیران بیمه پارسیان با حضور جمعی از مدیران ارشد و روسای شعب منطقه غرب در استان همدان، با هدف هم افزایی و بررسی راهکارهای توسعه فروش و رشد بیمه پارسیان و همچنین بررسی وضعیت شرکت در بازار رقابتی کشور و بررسی مسائل، مشکلات و موانع پیش روی شعب در این منطقه برگزار گردید.

بر اساس این گزارش، مدیران ستاد مرکزی بیمه پارسیان پس از بازدید از محل شعبه و دیدار با همکاران این شعبه در سالن برگزاری جلسه گرد هم آمدند. در ابتدای این نشست، آقای توسلی، سرپرست منطقه غرب کشور ضمن تاکید بر جایگاه سومی منطقه غرب در میان مناطق ده گانه از نظر تولید حق بیمه، به ارایه گزارش کاملی از عملکرد منطقه و اعلام پرتفوی محقق شده در سال ۱۳۹۸ و یازده ماهه سال ۱۳۹۹ پرداخت و سپس از شرایط جغرافیایی و منطقه‌ای، اقتصادی، فرهنگی، تاریخی و همچنین معرفی شهرها و شعب منطقه

و مناطق در جهت این اهداف اشاره کرد و ضمن پاسخ به سوالات و مسایل مطرح شده، رهنمودها و راهکارهای توسعه در کسب پرتفوی انتظاری را ارایه نمود. در پایان این نشست؛ مدیران و روسای شعب بیمه پارسیان ضمن اعلام رضایت، ابراز امیدواری نمودند که این گردهمایی‌ها نقش مثبت و تاثیرگذاری خواهد داشت و در آینده خود را در رشد و ارتقای بیمه پارسیان بیش از پیش نشان خواهند داد.

غرب، جایگاه بیمه پارسیان در صنعت بیمه استان‌های این منطقه و نقاط قوت و ضعف این شهرها گزارشی ارایه نمود. در پایان نیز با معرفی شعب برتر و کارکنان نمونه منطقه غرب، از تلاش‌ها و زحماتشان قدردانی کرد. در ادامه آقای اشرفی مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران به برنامه‌های آتی و اهداف تعالی شرکت و توسعه فروش و همچنین مسئولیت خطیر روسای شعب



برگزاری همایش تبیین توسعه فروش با حضور مدیران و روسای مناطق دو و مرکزی بیمه پارسیان



در ماه‌های پایانی سال جاری، ارائه گزارش عملکرد روسا و سرپرستان شعب و تبیین برنامه‌های فروش تا پایان سال و نیز گزارش عملکرد تیم پشتیبانی مناطق دو و مرکزی کشور ارائه گردید.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، همایش تبیین توسعه فروش مناطق دو و مرکزی بیمه پارسیان برگزار شد.

بر اساس این گزارش در راستای توسعه فروش و ارتقای سطح کیفی خدمات قابل ارائه در سطح مناطق دو و مرکزی کشور، همایشی تحت عنوان "تبیین مبانی توسعه فروش در ماه‌های پایانی سال جاری" به میزبانی شعبه قم، همزمان با میلاد حضرت زهرا (س) با حضور جمعی از مدیران ستادی، روسا و سرپرستان شعب مناطق دو و مرکزی کشور و اعضای تیم پشتیبانی فروش مناطق دو و مرکزی کشور برگزار گردید. در اسن نشست آقای اشرفی مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران ضمن ارائه رهنمودهای اثربخش به سوالات روسای شعب پاسخ داد و جهت رفع موانع موجود راهکارهایی ارائه نمود. در ادامه این جلسه بررسی موانع فروش و راهکارهای توسعه‌ای در حوزه‌های خودرو، مهندسی و مسئولیت و خدمات شرکت یاری رسان، تبیین راهکارهای توسعه فروش

تقدیر از همکار حامی منافع بیمه پارسیان



سیاوش پیرزادی
(رییس شعبه اهواز)

بر اساس نظریات نظارت بر منافع شرکت و پس از بررسی‌های لازم، سیاوش پیرزادی رییس شعبه اهواز که در حفظ منافع بیمه پارسیان و جلوگیری از پرداخت خسارت ساختگی در این شعبه نهایت تلاش خود را به خرج داده و مانع از وارد آمدن ضرر و زیان به شرکت شده است هدایایی به عنوان پاداش به ایشان اهدا گردید. نشریه چتر برخورد لازم می‌داند از تلاش‌های ایشان در این راه تشکر و قدردانی نماید.

گفتگو با باقر رضایی میرقائد، رییس شعبه آبادان با رعایت اصل مشتری مداری برای محبوبیت هر چه بیشتر بیمه پارسیان در آبادان همواره در تلاشیم

چالش‌های پیش روی نمایندگان، سعی بر برطرف نمودن آن‌ها با هماهنگی‌های صورت گرفته با مدیریت‌های امور شعب و نمایندگان و آموزش و همچنین با برگزاری جلسات آموزشی به صورت آنلاین شده است که این امر و ارتباط نزدیک با شبکه فروش بحمداله تاکنون نتایج مثبتی به همراه داشته است که نمونه آن جذب پرتفوی دبل آرمانی در سال ۹۸ و تا برج ۱۰ سال ۹۹ می‌باشد.

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

آموزش یکی از مهمترین مولفه‌های موفقیت شبکه فروش می‌باشد. این شعبه نیز بر اساس وظیفه ذاتی خود موظف به ارائه خدمات آموزشی با کیفیت بالا جهت رشد و ارتقاء عملکرد شبکه فروش می‌باشد که با توجه به برنامه‌ریزی و همکاری اداره آموزش علاوه بر آموزش‌های ضمن خدمت نمایندگان، با بررسی نقاط ضعف و قوت آن‌ها نسبت به برگزاری کلاس‌های آموزشی در جهت بالا بردن سطح و توان رقابت پذیری، ایجاد انگیزه و استفاده از روش‌های نوین بازاریابی اقدام می‌گردد، به عقیده بنده به علت سطح بالای رقابت در شبکه فروش شرکت‌های بیمه، یکی از مهمترین نکات مورد توجه علاوه بر کیفیت و توان فنی، حوزه بازاریابی شبکه فروش می‌باشد.

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

ضمن تشکر از نشریه چتر، باتوجه به حضور نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل ارجمند جناب آقای اوریار حسین در شعبه آبادان از اظهار لطف ایشان نسب به عملکرد شعبه، کمال تشکر را دارم، انشالله بتوانیم از راهنمایی‌ها و رهنمودهایشان به بهترین نحو بهره‌مند شویم و در جهت رشد و ارتقا شعبه گام برداریم. همچنین از آقای اشرفی مدیریت امور شعب، نمایندگان و کارگزاران نسبت به مساعدت‌ها و حمایت‌هایی که داشته‌اند و نیز جناب آقای فقیه سرپرست منطقه جنوب کشور که همواره همراه این شعبه بوده‌اند نهایت سپاسگزاری را دارم در پایان نیز از کلیه مدیران ستادی و همکاران زحمتکش شعبه آبادان و شبکه فروش تحت سرپرستی تشکر می‌نمایم.

کشور گردیده است. در استان خوزستان نیز باتوجه به اینکه فرهنگ مشتری مداری در سرلوحه ارائه خدمات توسط شعب استان بیمه پارسیان قرار دارد، سعی گردیده است تا با ارتقا کیفیت در ارائه خدمات بوسیله افزایش توان فنی و ارتباطی کارکنان شعبه و شبکه فروش این مهم را حفظ نماییم و شعار دنیا دنیا آرامش را محقق کنیم.

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

همان گونه که مستحضرد شعبه آبادان در منطقه آزاد اروند مشغول به فعالیت می‌باشد که این منطقه با توجه به ظرفیت‌هایی که در حوزه انرژی، صنایع بزرگ و کوچک، شهرک‌های صنعتی و بندر خرمشهر دارد از قابلیت بیمه‌ای بالایی برخوردار است که با این دیدگاه و شناخت نسبت به منطقه و حوزه فعالیت، علاوه بر افزایش شبکه فروش، توانمند سازی نمایندگان کنونی از برنامه‌های مهمی می‌باشد که دنبال می‌شود همچنین سعی و تلاش این شعبه و شبکه فروش جهت افزایش پرتفو در سال آتی، ضمن تمرکز بر جذب بیمه‌های خرد، از دیگر اولویت‌ها همکاری با بیمه گذاران بزرگ می‌باشد که باتوجه به قابلیت‌های فنی و کیفیت بالای خدمات شرکت و نیز استفاده از ارتباطات موجود در منطقه بصورت مسقیم و از طریق نمایندگان، در این مدت مذاکرات خوبی با برخی بیمه گذاران بزرگ صورت گرفته است که جا دارد در این خصوص از مدیریت امور شعب، نمایندگان و کارگزاران، مدیریت توسعه بازار و امور مشتریان و همچنین سرپرست منطقه جنوب کشور به جهت حمایت‌هایی که از شعبه آبادان داشته تشکر نمایم. شایان ذکر است که شعبه آبادان هم اکنون با بیمه گذاران بزرگی چون شرکت فولاد جهان آرا، نیروگاه برق آبادان و شرکت پالایش نفت آبادان همکاری دارد.

ارتباط شما با شبکه فروش چگونه است؟

ارتباط با شبکه فروش به عنوان یکی از شاخصه‌های مهم در شعبه آبادان مطرح می‌باشد. شعبه به عنوان پشتیبان اصلی شبکه فروش تحت سرپرستی علاوه بر آن که وظیفه برنامه ریزی و سازماندهی در جهت آموزش و ارتقا سطح کیفی و فنی نمایندگان را دارد، با برگزاری جلسات ماهانه و شناخت مشکلات و



لطفاً خودتان را معرفی نمایید و از سوابق خود بفرمایید.

با سلام و عرض ادب و آرزوی سلامتی خدمت کلیه همکاران گرامی و خوانندگان نشریه چتر، اینجانب باقر رضایی میرقائد دارای مدرک کارشناسی حسابداری و دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته علوم اقتصادی، توسعه اقتصادی و برنامه ریزی می‌باشم که، از سال ۹۲ افتخاری همکاری با خانواده بزرگ بیمه پارسیان را داشته‌ام، همچنین در سال ۹۷ سرپرستی شعبه آبادان به اینجانب واگذار گردید.

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

مهم ترین ویژگی شرکت بیمه پارسیان که توسط نایب رییس محترم هیات مدیره و مدیرعامل ارجمند بصورت صریح بیان شده است شعار راهبردی (همیشه حق با مشتری است) که این شعبه و نمایندگان تحت سرپرستی سعی و تلاش خود را جهت محقق نمودن آن یکار بسته‌اند، همچنین بیمه پارسیان به عنوان بیمه‌ای موفق، مبتکر و با داشتن نیروهایی با دانش فنی بالا، کارآمد و متخصص از شرکت‌های پیشگام در صنعت بیمه می‌باشد که سعی و تلاش آن بر ارائه خدمات مطلوب، نو و رقابت‌پذیر است در شعبه آبادان نیز با این نگاه سعی بر ارتقا در ارائه کیفیت خدمات و همچنین مسئولیت‌پذیری در قبال مشتریان انجام می‌گیرد که این موارد از دلایل اصلی روند رو به رشد این شعبه می‌باشد.

محبوبیت برند پارسیان در این استان چقدر است؟

بیمه پارسیان به عنوان یکی از شرکت‌های پیشرو در ارائه خدمات مطلوب به بیمه گذاران خرد و کلان در صنعت بیمه کشور مطرح می‌باشد که این امر به نوبه خود باعث محبوبیت برند پارسیان در سطح



گفتگو با مهرداد حیدری پدیده، جشنواره پاییز بیمه‌های زندگی معرفی بیمه عمر یک رسالت است

ابزارهای تشویقی ما در فروش این محصول، ترغیب مشتری جهت بهره‌مندی از سود مشارکت در منافع شرکت و همچنین معرفی طرح‌ها و کمپین‌های بیمه‌های زندگی مانند طرح سهام بیمه پارسیان و ایجاد اشتیاق در خرید این محصول بیمه‌ای است.

برای فرهنگ سازی بیمه عمر چه اقدامی کرده‌اید؟

به نظر من برای فرهنگ‌سازی بیمه عمر باید شرکت‌های بیمه‌ای و نمایندگان به جای تمرکز بر بیمه‌های اجباری مثل بیمه شخص ثالث و مسئولیت می‌بایست اقدام به معرفی، مشاوره و آگاه‌سازی مردم نسبت به این محصول ارزشمند نمایند.

موفقیت در کسب رتبه برتر فروش بیمه‌های عمر را در چه می‌بینید؟

در نمایندگی ما به لطف خدا و همدلی تمامی کارکنان، یک خانواده واحد تشکیل داده‌ایم و با آموزش و تربیت مشاوران و بازاریابان متعهد و انتقال تجربیات فروش بیمه‌نامه در رسیدن به اهدافمان در تلاشیم. موفقیت در جشنواره پاییز به سبب همدلی، همکاری و تعهد تک‌تک اعضای خانواده نمایندگی ۵۰۴۰۱۵ می‌باشد.

چه توصیه‌ای برای نمایندگان فعال در این حوزه دارید؟

توصیه من به همکارانم در این زمینه تغییر نگرش نسبت به شغل و این حرفه می‌باشد.

متأسفانه اکثر همکاران هنوز به شکل سنتی فعالیت می‌کنند در حالی که در عصر حاضر همه چیز در حال تغییر و تحول شده است و برای موفق شدن در دنیای امروزی نیاز به آموزش و حضور پررنگ در فضای مجازی و فراهم نمودن بستری امن و ساده برای مشتریان بالقوه و بالفعل می‌باشد.

در پایان اگر توضیحاتی را لازم می‌دانید برای خوانندگان نشریه چتر ارایه فرمایید؟

من معتقدم که فروش و بازاریابی و مشتری مداری در شرکت‌های بیمه نیز مثل بازاریابی سایر کالاها باید دچار تغییرات اساسی شود و برای فروش بهتر این محصول با تشکیل مجموعه‌ای از بازاریابان آموزش دیده و کارآمد برای آگاه سازی مشتریان از مزایای بیمه نامه و ترغیب و جذب آن‌ها استفاده کرد.

لازم می‌دانم در پایان از رهنمودهای نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت بیمه پارسیان جناب آقای ابوبارحسین، آقای رنجبر، سرپرست مدیریت بیمه‌های عمر، آقای غزال سرپرست منطقه مرکزی کشور و آقای مسعود مهاجری سرپرست شعبه اصفهان که در این خصوص ما را یاری نمودند تشکر و قدردانی نمایم.



جشنواره فروش بیمه‌های زندگی طرح پاییز برگزار گردید که در پایان نمایندگان برتر فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری معرفی شدند. در میان ۱۰ نماینده برتر این جشنواره مهرداد حیدری جونی به عنوان پدیده جشنواره پاییز معرفی گردید. به پاس کسب این عنوان ارزشمند نشریه چتر با ایشان به گفتگو پرداخته است که در ادامه آن را می‌خوانید:

لطفا خودتان را معرفی کنید؟

اینجانب مهرداد حیدری متولد ۱۳۶۹/۰۵/۱۲ ساکن شهر اصفهان هستم.

بیمه عمر را چگونه برای مشتریان توصیف می‌کنید؟

معرفی بیمه عمر برای من یک رسالت است و به دور از قضاوت شدن این محصول را به همه معرفی می‌کنم. با توجه به ارزشمند بودن این محصول می‌توان بیمه عمر را همچون سند خانه، آپارتمان، زمین و... توصیف کرد که می‌بایست در سرمایه‌های هر خانواده لحاظ گردد.

برای توصیف این بیمه نامه و ترغیب مشتریان، از مزایای خرید این محصول و نیز ترسیم اثرات آن در آینده و تأثیرات مثبت آن در هر خانواده تأکید می‌کنیم.

برای جذب و حفظ مشتریان از چه ابزارهای تشویقی استفاده می‌نمایید؟

در نمایندگی ۵۰۴۰۱۵ همیشه بر دو رکن اصلی نیاز و اعتماد استوار هستیم و معتقدیم که رعایت این دو اصل و همچنین برقراری ارتباط منطقی و همراه با اصول مشتری مداری، می‌توانیم اعتماد مشتری را جلب نماییم و با آگاهی دادن و اطلاعات کامل از این محصول که بالفطره محصول کاملی می‌باشد همراهی دائمی مشتری را بدست می‌آوریم.

گفتگو با احمدعباسی زاده، راهبر برتر جشنواره پاییز بیمه‌های زندگی تاکید بر لزوم بیمه‌های عمر و ترسیم مزایای این محصول ارزنده در خانواده‌ها

ما را به این اعتقاد می‌رساند که برای دریافت غرامت فوت بالا می‌بایست حق بیمه را به اندازه دلخواه افزایش دهیم و آن را حداقل سه برابر کنیم. در غیر این صورت پس از گذشت مدت منقضی ارزش بار خریدی و یا مبلغ اتمام بیمه نامه نمی‌تواند تکافوی نیازهای آتی مشتریان باشد.

به نظر می‌رسد شرکت‌های بیمه‌ای می‌بایست غرامت فوت را حداقل ۷ تا ۱۰ برابر کنند زیرا با توجه به تورم موجود (گرامت ۲۵ برابری حق بیمه یک میلیونی) هیچ جاذبه‌ای برای مشتریان در سال‌های جاری در پی نخواهد داشت.

برای فرهنگ سازی بیمه عمر چه اقداماتی کرده‌اید؟

لزوم بیمه عمر برای هر خانواده در شرایط دست رفتن و یا از کارافتادگی سرپرست خانوار به اندازه کافی نگران کننده است و در سال‌های اخیر این لزوم به شدت در خانواده‌ها احساس می‌شود، اما به نظر می‌رسد وجود پوشش‌های اضافی و حتی ارایه بیمه نامه آتش سوزی منازل مسکونی به بیمه گذاران، این تصور را در آنان بوجود می‌آورد که ما برای راضی کردن و توجیه کردن خرید بیمه عمر به آنان مصر هستیم. بنابراین نتیجه عکس «عدم خرید» را حاصل می‌کند. وجود هزینه‌های بستری بیمارستانی (سرپایی) و حادثه جذابیت این بیمه نامه را بیشتر خواهد کرد.

موفقیت در کسب رتبه برتر فروش بیمه عمر را در چه می‌بینید؟

ترغیب نادرست (فروش احساسی) و ارایه اطلاعات اغراق آمیز به مشتریان و بزرگ‌نمایی در جدول فروش بیمه عمر در طی سال‌های ۹۵-۹۷ در بین فروشندگان بیمه عمر صداقت این بیمه نامه و نمایندگان را زیر سوال برد و چون در جلسه معارفه قوی بیمه عمر دستیابی به اندوخته در زمان سپری شدن سررسید حق بیمه‌ها به طور واضح به مشتریان توضیح داده نشده موجب بدنامی این بیمه نامه را فراهم کرد. بنابراین از همکاران محترم تقاضا می‌کنم در عین صداقت، صلاح مشتریان در نظر گرفته شود و در صورت عدم توانایی مشتری در پرداخت حق بیمه، آنان را به «نخریدن» بیمه عمر تشویق کنند. زیرا تجربه همکاران فروش ثابت می‌کند که ما باید با توجه به توان پرداخت بیمه‌گذار در پرداخت اقساط، مشتری را به خرید یا عدم خرید بیمه نامه عمر و سرمایه گذاری راهنمایی نماییم.

در پایان اگر توضیحانی را لازم می‌دانید برای خوانندگان نشریه

چتر ارایه فرمایید.

برای جذابیت بیشتر این بیمه نامه استدعا داریم، همان‌گونه که در سال‌های اخیر سود مشارکت در پی کم کردن سود بانکی کاهش پیدا کرد قانون‌گذار اکنون اقدام به بالا بردن سود مشارکت نماید.

جشنواره فروش بیمه‌های زندگی طرح پاییز با اعلام اسامی نمایندگان برترین جشنواره به پایان رسید که در کنار این اسامی، نمایندگی احمد عباسی‌زاده از استان اصفهان به عنوان راهبر برتر این جشنواره معرفی گردید. نشریه چتر برای کسب این موفقیت با ایشان به گفتگو پرداخت که در ادامه خواهید خواند؛

لطفاً خودتان را معرفی کنید.

اینجانب احمدعباسی زاده هستم که پس از بازنشستگی آموزش و پرورش و در اسفندماه ۱۳۹۲ وارد صنعت بیمه شدم.

بیمه عمر را چگونه برای مشتریان توصیه می‌کنید؟

بیمه عمر جزو ضروریات زندگی می‌باشد که متأسفانه این ضرورت از نظر آحاد جامعه دور مانده است، ما در ابتدا نیازهای آینده و نگرانی‌های آتیه خانواده از جمله خرید مسکن، تحصیل فرزندان، درآمد ماهیانه، پس انداز را جویا می‌شویم و متناسب با آن نیاز، حق بیمه مربوط با هدف ۳۰ ساله آن‌ها را ترسیم می‌کنیم. البته ضمن بررسی مزایای عمر و سرمایه گذاری بطور جداگانه ابهامات و سوالات مشتریان را پاسخ داده و متناسب با جدول ریاضی مربوط به حق بیمه وی، توضیحاتی را ارایه می‌دهیم. در این توضیحات دو نکته اساسی وجود دارد که می‌بایست به آن توجه کرد:

اول اینکه ترغیب نادرست مشتری (فروش احساسی) و ارایه توضیحات غیر واقعی از جدول فروش منجر به فروش غیرمتعارف گردیده و بزرگ‌نمایی از شرایط و مزایای بیمه‌نامه بدون در نظر گرفتن شرایط و توان پرداخت حق بیمه، توقع نابجایی را از شرکت‌های بیمه ایجاد خواهد کرد.

دوم فهماندن این نکته به مشتری است که در صورت عدم پرداخت حق بیمه در زمان سررسید، این اجازه را به شرکت‌های بیمه می‌دهند که در صورت عدم پرداخت در زمان سررسید ارزش بازرپردی و ارزش حق بیمه به مدت طولانی موجب کاهش ارزش بازرپردی بیمه نامه گردیده تا به صفر تقلیل پیدا کند. عدم تفهیم این امر در طول زمان موجب نارضایتی بیمه گذاران و توقع از شرکت‌های بیمه‌ای گردیده است.

برای جذب و حفظ مشتریان از چه ابزارهایی استفاده می‌کنید؟

مقایسه بازار طلا، مسکن و ارز در طی سه سال گذشته تجربیات فراوانی را برای مشاوران تخصصی بیمه‌های عمر و سرمایه گذاری حاصل کرده است. حتی با توجه به روند سه برابر شدن قیمت‌ها که در اصل کاهش یک سوم دارایی‌ها را نتیجه گیری می‌کنیم



با پایان جشنواره فروش پاییز بیمه‌های زندگی پارسیان؛

از نمایندگان برتر جشنواره بیمه‌های زندگی قدردانی شد

و از کلیه نمایندگان بیمه پارسیان جهت حضور در این جشنواره‌ها و ارتقای فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری دعوت به عمل آورد.

جشنواره ابراز امیدواری کرد اجرای چنین برنامه‌هایی به انگیزش بیشتر نمایندگان در فروش بیمه عمر منجر گردد و گفت: جشنواره‌های متنوع تری در آینده در دست اقدام هستند

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، جشنواره فروش بیمه‌های زندگی با هدف جذب پرتفوی حداکثری و ارتقای سطح انگیزش اعضای شبکه فروش با عنوان جشنواره پاییز برگزار و در پایان از نمایندگان برتر این جشنواره با اهدای جوایز نقدی تندیس و لوح تقدیر قدردانی شد.

براساس این گزارش جشنواره پاییز از ابتدای مهرماه تا سی ام دی ماه ۱۳۹۹، بر مبنای شاخص‌های عملکردی نمایندگان برگزار و ۱۰ نماینده برتر در این حوزه معرفی شدند. در این جشنواره مهرداد حیدری جونی، عنوان پدیده جشنواره پاییز و احمد عباسی زاده، عنوان راهبر برتر را کسب نمودند.

امیر محمد رنجبر سرپرست مدیریت بیمه‌های عمر انفرادی و درمان مسافرتی، در حاشیه تقدیر از برترین‌های این

رتبه	کد نمایندگی	نام نمایندگی	استان
۱	۴۱۰۵۱۰	امین پارسیان	تهران
رتبه	کد نمایندگی	نام نمایندگی	استان
۱	۵۲۱۰۹۰	مسعود خباز مافی نژاد	خراسان رضوی
۲	۵۱۹۳۳۰	علی اصغر آرام	تهران
۳	۵۰۴۰۱۵	مهرداد حیدری جونی	اصفهان
۴	۵۵۵۳۰۰	اسماعیل کبوتری	زنجان
۵	۳۱۰۹۱۵	عبدالرحمن بابایی	اصفهان
۶	۵۰۳۵۱۱	علیرضا عابدی شیرازانی	اصفهان
۷	۵۷۴۹۸۰	ام البین اسدی خانوکی	کرمان
۸	۵۱۲۳۷۰	مسعوده بهروز	تهران
۹	۳۱۰۹۶۹	معصومه مرادی	خوزستان
۱۰	۳۱۰۹۱۳	محمدرضا منفرد	اصفهان

کانال رسمی بیمه پارسیان را در آیت‌بی دنبال کنید

برای دیدن تازه‌ترین اخبار و اطلاع از طرح‌های فروش به ما بپیوندید

@parsianinsurance

شاخص‌های ارزیابی عملکرد در بیمه‌های عمر

تهیه شده در مدیریت ریسک

برگرفته از: world at risk Closing the insurance gap (۲۰۱۹) Lloyd's

مقدمه

KPIها یا شاخص‌های ارزیابی عملکرد بیمه عمر در واقع شاخص‌های ارزیابی هستند که برای سنجش عملکرد کاری بیمه‌های عمر در یک دوره زمانی مشخص به کار گرفته می‌شوند. شاخص‌های حسابداری ارزیابی شرکت‌های بیمه و مزایا و معایب هریک در جدول زیر آمده است: نسبت‌های هزینه می‌توانند در تعیین منابع و مزیت‌های رقابتی و کاستی‌ها کمک نموده و بینشی را درباره عملکرد آینده به ما بدهند. نسبت مزایا بیانگر کفایت حق بیمه برای پوشش دادن خسارات پرداختی است. نسبت تعلیق برای پیش‌بینی خسارات آتی مهم است. نسبت هزینه، بهره‌وری عملیاتی یک شرکت بیمه را به طور کلی نشان می‌دهد.

شاخص‌های سنجش عملکرد بر پایه حسابداری اطلاعات مفیدی را به ما می‌دهند ولیکن محدودیت‌هایی از جمله موارد ذیل را دارند:

- ۱- درباره سودآوری کسب‌وکارهای جدید در مقایسه با کسب‌وکارهای قدیمی اطلاعاتی نمی‌دهد.
- ۲- درباره عملکرد در سطح محصول اطلاعاتی ارائه نمی‌دهد.
- ۳- درباره ریسک پروفایل انواع محصولات و درآمدهای آتی آنها اطلاعاتی ارائه نمی‌دهد.
- ۴- اثر انحراف نامساعد نرخ مرگ‌ومیر، امراض و... از مقادیر مورد انتظار را بر سودآوری نادیده می‌گیرد.
- ۵- هزینه‌های مرتبط با تامین سرمایه‌های موردنیاز برای پشتیبانی از کسب و کار را نادیده می‌گیرد.

شاخص‌هایی که مبنای حسابداری دارند، بیانگر

عملکرد تاریخی شرکت بیمه هستند و ماهیت طولانی مدت بیمه عمر در آنها لحاظ نمی‌شود. برای رفع این کاستی شاخص‌های دیگری از جمله ارزش ذاتی برای ارزش‌گذاری جریان‌های نقدی بیمه عمر و هزینه تامین سرمایه برای خطوط محصول با درجات ریسک مختلف معرفی شد تا مکمل شاخص‌های حسابداری شوند. عمده‌ترین شاخص‌های ارزیابی عملکرد شرکت‌های بیمه عمر عبارتند از:

۱. ارزش ذاتی Embedded Value

ارزش ذاتی منعکس کننده سود انتظاری شرکت بیمه از محل بیمه‌نامه‌های صادره فعلی بعلاوه ارزش خالص فعلی است. ظرفیت شرکت بیمه در اضافه کردن کسب و کارهای جدید در محاسبه ارزش ذاتی در نظر گرفته نشده بلکه تنها ارزش فعلی سودهای آتی از محل بیمه‌نامه‌های صادره فعلی ملاک محاسبه این ارزش می‌باشد. هر چقدر شرکت بیمه درآمد بیشتری کسب کرده باشد، ارزش ذاتی آن بیشتر خواهد بود. ارزش ذاتی به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$EV = PVFP + ANAV$$

ارزش ذاتی = EV

مبلغ تعدیل شده ارزش خالص دارایی‌ها = ANAV

ارزش فعلی سودهای آتی = PVFP

دارایی خالص تعدیل شده مابه التفاوت ارزش منصفانه بازاری دارایی‌ها و بدهی‌ها است.

محاسبه این شاخص بر پایه مفروضات مشخص اکچوئری در دو جبهه اقتصادی و غیر اقتصادی است. این مفروضات شامل مواردی از جمله طول عمر بیمه‌گذار، بازده سرمایه و تداوم بیمه‌نامه است. از این رو، هیچ دو اکچوئری به این شاخص یک مقدار یکسان اختصاص نمی‌دهند.

معایب	مزایا	تعریف	نام شاخص
بخاطر ماهیت بلندمدت محصولات عمر همیشه نشانگر معتری از هزینه‌های خسارت نیست.	نشانگر روند ادعاهای خسارات فوت امراض و طول عمر است که به سادگی قابل فهم است.	نسبت مزایای بیمه‌نامه‌ها و تغییرات در ذخایر به حق بیمه عاید شده و هزینه‌های صدور	نسبت مزایا Benefits Ratio
تفسیر و تاثیر تعلیق یا بازخرید بر روی سودآوری بسته به نوع و دوره زمانی محصول متنوع است.	بیانگر روند ماندگاری و جریان‌های خالص می‌باشد.	نسبت بیمه‌نامه‌های تعلیق شده یا بازخریدی به کل بیمه‌نامه‌های جاری (به صورت تعدادی یا ارزش اسمی)	نسبت تعلیق یا بازخرید Lapse Ratio
بپیچیدگی محصولات محاسبات این شاخص را تحت تاثیر قرار می‌دهد. لذا مقایسه این نسبت فقط برای شرکت‌ها با محصولات مشابه مناسب است.	به عنوان شاخص اثربخشی برای مقایسه شرکت‌های بیمه از منظر هزینه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد.	نسبت هزینه‌های عمومی به حق بیمه خالص	نسبت هزینه‌های عمومی General expense Ratio
زمان بندی سود/ زیان، هزینه تامین سرمایه و ریسک نسبی محصولات عمر را در نظر نمی‌گیرد.	این شاخص بطور معمول برای محصولات عمر بکاررفته و امکان مقایسه آسان محصولات مختلف عمر را با یکدیگر فراهم می‌آورد.	سود عاید شده شرکت بیمه از هر واحد حق بیمه بوده و از تقسیم سود/ زیان عملیاتی بر حق بیمه خالص محاسبه می‌شود.	حاشیه سود (سود عملیاتی) Operating (or profit) Margin
یک دید کلی از سید سرمایه گذاری شرکت می‌دهد و درباره محصولات دیدی نمی‌دهد.	قانون‌گذار مالی این شاخص را برای شرکت‌های دولتی الزام نموده و به راحتی قابل درک است.	سود/ زیان اختصاص یافته به سهامداران بوده و از تقسیم سود/ زیان بر حقوق صاحبان سهام بدست می‌آید.	بازده حقوق صاحبان سهام Return on Equity (ROE)
برای محصولات فوت مناسب نیست. ممکن است نسبت به ارزش گذاری دارایی‌ها بر طبق قوانین FRS انوسان داشته باشد.	محاسبه آن ساده بوده و استفاده از آن برای مشتری‌های با تاخیر در پرداخت رایج است.	سود/ زیان را به نسبت کل دارایی‌های شرکت می‌سنجد	بازده دارایی‌ها Return on Assets (ROA)
برای ارزیابی محصولاتی که عملکرد سرمایه‌گذاری بخش منبع کوچکی از درآمد است کمتر مفید خواهد بود.	مهم‌ترین منابع درآمدی بیمه‌گران عمر خصوصاً شرکت‌هایی بوده که کسب و کار عمده آنها بیمه‌نامه‌های پس اندازی/ مستحقری و محصولات درمان می‌باشد.	مجموع درآمد سرمایه‌گذاری، سود عاید شده سرمایه‌گذاری پس از کسر کاهش ارزش است. در قالب نسبت یا تقسیم بر کل دارایی‌های سرمایه‌گذاری شده نیز محاسبه می‌شود.	نتیجه خالص سرمایه‌گذاری Net Investment Result



قراردادهای فسخ یا بازخرید شده/ مجموع مبالغ قراردادهای در معرض تعلیق یا بازخرید قراردادهایی که به دلیل فوت، ازکارافتادگی، تبدیل شدن و یا سررسید خاتمه می‌یابند در صورت کسر لحاظ نشده ولیکن براساس اطلاعات در دسترس درباره زمان خاتمه قرارداد در مخرج کسر در نظر گرفته می‌شوند.

● پایداری حق بیمه Premium Persistency پایداری حق بیمه براساس مجموعه‌ای از نسبت‌های حق بیمه تعریف شده در زیر بررسی می‌شود:

۱. نسبت حق بیمه جمع‌آوری شده به حق بیمه برنامه‌ریزی شده (PP/PC) = حق بیمه جمع‌آوری شده سالانه / حق بیمه برنامه‌ریزی شده سالانه
 ۲. نسبت حق بیمه جمع‌آوری شده تا سقف حق بیمه برنامه‌ریزی شده (حق بیمه جمع‌آوری شده تا سقف برنامه‌ریزی شده) = حداقل (حق بیمه جمع‌آوری شده سالانه، حق بیمه برنامه‌ریزی شده سالانه) این نسبت به منظور ارائه تصویری واضح‌تر از پرداخت مداوم، تأثیر دامپینگ یا حق بیمه منفرد را بر روی نسبت PP/PC از بین برمی‌دارد.
 ۳. حق بیمه جمع‌آوری شده سال جاری به حق بیمه جمع‌آوری شده سال قبل (نسبت حق بیمه سال جاری به حق بیمه سال قبل) = حق بیمه سالانه جمع‌آوری شده در سال مطالعه فعلی / حق بیمه سالانه جمع‌آوری شده در سال مطالعه قبلی
- این نسبت نشانگر الگوهای پرداخت سال به سال است. با توجه به اینکه نسبت‌های پایداری حق بیمه بر مبنای حق بیمه برنامه‌ریزی شده است روشی که شرکت‌ها برای رسیدن به حق بیمه برنامه‌ریزی شده استفاده می‌کند بر این نسبت تأثیر می‌گذارد.

برگرفته از منابع زیر:

- 1- Understanding Profitability in Life Insurance -Sigma -No2012/1
- 2- Flexible Premium Universal Life Products, Lapse/Surrender and Premium Persistency Experience- SOA
- 3- Key Performance Indicators of Life Insurance Operations in India – IJRHAL

تواند سود کافی را برای جبران سهامداران تامین نماید، ارزش سهامش کاهش می‌یابد. برعکس، ارزش سهام بالاتر در شرایط رشد و سلامت شرکت بیمه منعکس کننده سود بیشتر است.

۶. نسبت پایداری

نسبت پایداری یکی از شاخص‌های مهم تعیین سودآوری محسوب می‌شود. این نسبت بیانگر میزان ماندگاری یک مشتری در شرکت نسبت به بیمه‌نامه خریداری شده می‌باشد. نسبت پایداری درصد بیمه‌گذارانی را که بیمه‌نامه خود را با شرکت بیمه تمدید کرده‌اند نشان می‌دهد. این نسبت می‌تواند در بازه‌های زمانی ۱۳، ۲۵، ۳۷ و ۶۱ ماه اندازه‌گیری شود. نسبت پایداری نقش مهمی در ارزیابی سهام شرکت‌های بیمه عمر دارد. البته این بدین معنا نیست که این معیار تنها برای ارزیابی شرکت‌های بیمه عمر کاربرد دارد.

۷. نسبت خالص نگهداری

نسبت خالص نگهداری بیانگر میزان پرتفوی‌ای است که شرکت بیمه نزد خود نگهداری می‌کند. شرکت‌هایی که ساختار سرمایه‌ای قوی دارند قادر به نگهداری سهم بیشتری از پورتفوی خود هستند در حالی که شرکت‌های با سرمایه نسبتاً کمتر، ظرفیت نگهداری ریسک کمتری داشته و بنابراین بیشتر به بیمه‌های اتکایی و واگذاری ریسک‌ها متوسل می‌شوند.

نسبت نگهداری براساس حق بیمه و از تقسیم حق بیمه خالص صادره به حق بیمه ناخالص صادره بدست می‌آید.

انجمن اچ‌و‌و‌ان نیز شاخص‌های زیر را اختصاصاً برای ارزیابی عملکرد شرکت‌های بیمه عمر پیشنهاد نموده است:

● نسبت بیمه‌نامه‌های تعلیق شده (Lapse Ratio)

این شاخص یکی از مفیدترین شاخص‌های ارزیابی عملکرد بیمه‌های عمر محسوب شده و می‌تواند نماینگر نواقص مربوط به خدمات‌رسانی به مشتری، ارسال صورتحساب بدهی و غیره باشد.

نرخ تعلیق و یا بازخرید با توجه به تعداد و مبلغ حق بیمه به شرح زیر قابل محاسبه است:

● نرخ بازخرید/تعلیق (تعداد) = تعداد قراردادهای تعلیق یا بازخرید شده/تعداد کل قراردادهای در معرض تعلیق یا بازخرید

● نرخ بازخرید/تعلیق (مبلغ) = مجموع مبالغ

ارزش ذاتی یکی از معیارهای کلیدی تعیین ارزش شرکت‌های بیمه عمر است و مقدار بالاتر آن در یک شرکت بیمه به معنی بازده بالاتر برای سهامداران می‌باشد.

۲. ارزش تجارت جدید (VNB)

شاخص ارزش کسب‌وکار جدید برای سنجش سودآوری کسب‌وکارهای جدید در دوره زمانی مشخص مورد استفاده قرار می‌گیرد. ارزش کسب‌وکار جدید در واقع ارزش فعلی سودهای آتی است که در آینده از محل فروش قراردادهای جدید بیمه‌ای نصیب سهامداران خواهد شد. برخلاف ارزش ذاتی، این شاخص بر کسب‌وکارهای جدید و ارزش فعلی سودآوری آتی آنها متمرکز می‌باشد. ارزش کسب‌وکار جدید سودی است که شرکت بیمه قصد دارد در طول عمر محصول تولید کند. مفروضاتی از جمله نرخ بهره، جدول مرگ‌ومیر و هزینه‌های انتظاری که در طراحی محصولات جدید در نظر گرفته می‌شوند در تعیین اینکه آیا آنچه در واقعیت اتفاق می‌افتد منطبق بر فرضیات است، بسیار موثر خواهند بود.

۳. نسبت هزینه‌های عملیاتی

هزینه‌های عملیاتی بیمه‌گران زندگی در واقع هزینه‌های صرف شده برای انجام کارهای روزمره می‌باشد. هزینه‌های عملیاتی شامل حقوق، هزینه‌های اداری و دفتری می‌شود. هزینه کارمزد و سایر مبلغ پرداختی از این قبیل بطور جداگانه لحاظ می‌شود.

۴. نسبت عملیاتی

نسبت عملیاتی برابر است با سود قبل از مالیات تقسیم بر حق بیمه خالص صادره. نسبت عملیاتی اصطلاحی رایج در تجارت بیمه است و روشی مفید برای ارزیابی عملیات اصلی شرکت بیمه است، زیرا که درآمد عملیاتی را در نظر می‌گیرد. نسبت عملیاتی سنجه غیرمستقیم کارایی یک شرکت است.

۵. نسبت درآمد خالص

نسبت درآمد خالص از تقسیم سود بعد از مالیات بر حق بیمه خالص صادره بدست می‌آید. سهامداران شرکت‌ها از نزدیک درآمد خالص را بررسی می‌کنند زیرا که درآمد خالص منبع تامین پرداختی به سهامداران است و چنانچه شرکت بیمه

تحقیقات بازار Market Research

مهیبار خوشدل، کارشناس تشکیلات و بهبود روش‌ها، مدیریت طرح و برنامه

مقدمه

امروزه برای ورود به هر کسب‌وکاری در دنیا نه تنها نیاز به شناخت دقیق آن است، بلکه باید شناخت عمیقی از بازار آن کسب‌وکار حاصل شود. این شناخت از راه تحقیقات بازار میسر می‌شود.

مصدق بارز این موضوع ضرب المثل معروف (بی‌گدار به آب نزن) می‌باشد.

برای هر مدیر بازاریابی، مدیر برند، مدیر تبلیغات و حتی هر کارآفرینی لازم است که برای عرضه و فروش بهتر کالاها و خدماتش و تحقق سایر اهداف بازاریابی که در سردارد به تحقیقات بازار روی بیاورد.

ممکن است سلیقه مشتریان طی یک سال آن قدری تغییر کند که محصول پرفروش سال قبل، به دلیل تغییر نکردن به موقع، به محصولی از رده خارج تبدیل شود.

ارزش‌های یک بازار نیز همواره در حال تغییر می‌باشند و کنترل این تغییرات و آگاهی کامل به بازار بسیار ضروری است.

بازار (Market)

یکی از مفاهیم کلیدی بازاریابی، مفهوم بازار (market) است. اقتصاددانان معتقدند بازار مجموعه‌ای از خریداران و فروشندگان است که محصول را با هم خرید و فروش می‌کنند و به این مجموعه از خریداران و فروشندگان و آن سیستم اقتصادی، بازار گفته می‌شود.

بازاریابی (Marketing)

بازاریابی مجموعه‌ای نهادها، فعالیت‌ها و فرایندهایی است که به خلق، ارتباط (اطلاع‌رسانی و کسب اطلاع)، تحویل و تبادل پیشنهادهای (Offerings) مربوطند. مبادله‌هایی که برای مشتریان، کارفرما، شرکا و در مقیاس بزرگتر، محیط زیست و جامعه، ارزشمند محسوب می‌شوند.

تحقیقات بازاریابی (Marketing Research)

تحقیقات بازاریابی مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و فرایندهاست که تولیدکننده، مشتریان و مصرف‌کننده نهایی را از طریق جمع‌آوری اطلاعات به هم متصل می‌کند. این اطلاعات برای تعیین نقاط ضعف و قوت، فرصت‌ها و تهدیدهای بازاریابی، ارزیابی فعالیت‌های بازاریابی و درک بهتر نسبت به فرآیند بازاریابی و بهبود آن مورد استفاده قرار می‌گیرد.

تحقیقات بازار (Market Research)

تحقیقات بازار یکی از موثرترین راه‌ها برای پیدا کردن بینش نسبت به محصول، مشتریان و رقیبان در صنعت است. هدف از تحقیقات بازار به دست آوردن اطلاعاتی است که در تصمیم‌گیری‌های کسب‌وکار مهم هستند. مخصوصاً برای تصمیمات کسب‌وکارهای کوچک برای ورود به حوزه‌ای جدید یا تولید

محصولات جدید، تحقیقات بازار بسیار مهم و تاثیرگذار است.

روش‌های مختلفی در تحقیقات بازار وجود دارد که کسب‌وکارها از آن‌ها برای جمع‌آوری اطلاعات از محصول و مشتریان استفاده می‌کنند.

تفاوت تحقیقات بازاریابی و تحقیقات بازار

هردوی این مفاهیم جزئی از بازاریابی محسوب می‌شود و شامل فرآیندها و فعالیت‌هایی می‌باشد که معمولاً قبل از فروش محصول انجام می‌شود. تعدادی از متخصصین بازاریابی تحقیقات بازار را زیر مجموعه تحقیقات بازاریابی می‌دانند و گروهی دیگر بر این عقیده‌اند که این دو مفهوم در بعضی فعالیت‌ها هم پوشانی دارند. یعنی فعالیت‌هایی مانند پیش بینی روندهای بازار، اندازه بازار و بررسی بازار هدف و ... را جزئی از تحقیقات بازار و مستقل از تحقیقات بازاریابی می‌دانند.

مثال‌هایی از تحقیقات بازاریابی شامل بهینه‌سازی در تبلیغات، سنجش رضایت مشتریان و تغییر نگرش نسبت به برندینگ می‌باشد. درباره تحقیقات بازار می‌توان از پیش بینی روندهای بازار، اندازه بازار، بررسی بازار هدف و ... نام برد. با این حال این دو مفهوم در محدوده‌ی موضوعاتی مانند قیمت‌گذاری، ویژگی‌های محصول و تخمین تقاضا مشترک هستند.

انواع روش‌های مورد استفاده در تحقیقات بازار

روش‌ها و ابزارهای مورد استفاده، را می‌توان به دسته‌های زیر تقسیم کرد:

روش اول: تحقیقات پایه‌ای

اطلاعات اولیه که کارشناس بازاریابی از محصول، بازار، مشتریان و رقبا کسب می‌کند شما می‌توانید این نوع تحقیقات بازاریابی را به روش‌های مختلف مانند focus group، پرسشنامه آنلاین، مصاحبه تلفنی و ... انجام دهید. در نتیجه این نوع تحقیقات بازار می‌توانید چالش‌های مشتریان را در هنگام خرید محصول بدانید و میزان آگاهی جامعه هدف از برند خود را بررسی کنید.

روش دوم: تحقیقات ثانویه

در تحقیقات ثانویه اطلاعاتی که توسط منابع خارج سازمان مانند آژانس‌های دولتی و شرکت‌های آماری تهیه شده استفاده می‌شود. این اطلاعات در روزنامه‌ها، مجلات، کتب، سایت‌ها و آژانس‌های مختلف دولتی و غیردولتی منتشر می‌شود. منابع ثانویه می‌تواند یکی از موارد زیر باشد:

منابع عمومی: منابع عمومی مانند کتابخانه از جمله بهترین منابع برای جمع‌آوری اطلاعات است.

منابع تجاری: منابعی که به ازای دریافت مبلغی (به صورت تهیه اکانت) و یا خرید مجله یا کتاب، اطلاعاتی را در اختیار شما قرار می‌دهد.

مؤسسات آموزشی: با اینکه منابع محبوبی برای تهیه اطلاعات محسوب نمی‌شود، اما از دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی می‌توان اطلاعات ارزشمند و معتبرتری نسبت به بسیاری از منابع تجاری به دست آورد.

**۴. اثربخشی بازاریابی (Effectiveness of marketing)**

اثربخشی بازاریابی به تجزیه و تحلیل ریسک، تحقیقات محصول، تجزیه و تحلیل مشتری، رقیب و غیره می‌پردازد.

۵. پیش بینی تقاضا**۶. مطالعه رقبا****دستاوردهای تحقیقات بازار در کسب و کار**

- تعیین بهترین مکان برای اجرای کسب و کار
- شناسایی فرصت‌های رشد و افزایش سود کسب و کار
- ایجاد تغییرات در کسب و کار نسبت به تقاضای بازار
- پیشنهاد محصولات جدید با توجه به نیاز روزه‌ها بازار
- گشایش بازار جدید درون و یا خارج از کشور
- برنامه ریزی برای شیفت‌های کار، تعداد پرسنل مورد نیاز و هزینه‌ها
- شناسایی، بررسی، مقایسه و تحت نظر گرفتن رقبای در بازار
- درک بهتر و تسلط بر بازار
- بهره‌برداری از فرصت‌های بالقوه
- شناسایی تهدیدهای بالقوه در بازار
- شناسایی و تحلیل رفتارهای خرید مشتریان
- امکان سفارشی سازی محصولات کسب و کار برای مشتریان
- کاهش ریسک‌های کسب و کار

نتیجه:

اهمیت تحقیقات بازار بر سه اصل کاهش قیمت، افزایش فروش و رشد کسب و کار استوار است.

برای بهره برداری بیشتر در اجرای برنامه‌ها و پروژه‌ها باید از تحقیقات بازار کمک گرفت، با توجه به نکات ذکر شده بالا می‌توان گفت که با اجرای تحقیقات بازار، تصویر جامعی از کسب و کار و بازارهای فرا روی آن بدست می‌آید که تصمیم‌گیری در اجرای برنامه‌ها و پروژه‌ها را آسان تر می‌کند. به طور خلاصه، انجام تحقیقات بازار برای درک بهتر مشتریان و داشتن شناخت بیشتر از رقبا صورت می‌گیرد. که همگی برای توسعه کالا و خدمات، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

منابع:

How to Do Market Research—The Basics

Entrepreneur

student enterprise

surveygizmo

www.marsdd.com

Forbes

www.entrepreneur.com

www.thebalance.com

www.mymanagementguide.com

brainmates.com.au

تحقیقات بازار در کالج تپسل، مقالات دیجیتال مارکتینگ، دنیای اقتصاد

طبقه بندی تحقیقات بازار:

تحقیقات بازار از نظر مدیران اجرایی به سه گروه زیر تقسیم می‌شوند:

۱) تحقیقات اکتشافی**۲) تحقیقات توصیفی****۳) تحقیقات علمی**

تحقیقات اکتشافی، برای پیدا کردن ایده‌ها و فرصت‌های مناسب و شناسایی چالش‌های کسب و کار استفاده می‌شود. این روش قاعده و ساختار معینی ندارد به طوری که مدیران اجرایی می‌بایست از ابتدا تا انتها پروژه (مرحله تعریف و تحلیل) را خود برنامه ریزی کنند.

تحقیقات توصیفی، به جزئیات بیشتری در تحقیقات بازار مورد نظر می‌پردازد. مانند: بررسی دلیل خرید یک محصول مشخص توسط گروه سنی خاص؛ انجام تحقیقات توصیفی به دلیل جزئیات فراوان نیازمند برنامه ریزی دقیق برای جمع آوری اطلاعات می‌باشد.

تحقیقات علمی، به درک علت و معلول اتفاقات موجود در بازار می‌پردازد و به مدیران پروژه کمک می‌کند تا مشکلات و چالش‌های خود را شناسایی کنند.

روش‌های علمی که برای تصمیم‌گیری بازاریابی استفاده می‌شود. به‌طور کلی شامل:

۱ مطالعه بازار: شناسایی یک بازار خاص و اندازه آن و ویژگی‌های دیگر.

۲ مطالعه محصولات: شناسایی یک نیاز یا خواسته از ویژگی‌های کالا یا خدمات که موجب رضایتمندی می‌شود.

۳ مطالعه مشتریان: شناسایی ترجیحات، انگیزه‌ها و رفتار خرید مشتریان هدف است. اطلاعات برای تحقیقات بازاریابی از مشاهده مستقیم مصرف‌کنندگان از جمله در فروشگاه‌های خرده فروشی، نظرسنجی ایمیل، شماره تلفن یا مصاحبه چهره به چهره از منابع منتشر شده مانند اطلاعات آمارگیری جمعیتی جمع‌آوری می‌شود. هدف از هر پروژه تحقیقات بازار رسیدن به افزایش درک متغیرهای موجود در بازار است. در حال حاضر با رقابتی‌تر شدن بازارهای سراسر جهان، تحقیقات بازار در دستور کار بسیاری از سازمان‌ها، اعم از بزرگ یا کوچک قرار گرفته است.

فاکتورهایی که در مطالعات بازار بررسی می‌شوند:**۱. روندهای بازار (Market trends)**

روند یا تغییرات بازار در یک دوره معین از زمان است.

۲. تقسیم بندی بازار (Segmentation of the market)

این بخش از بازار را به زیر گروه با ویژگی‌های مشابه بخش بندی می‌کند و نیاز دارد که تمایزی بین جمعیت‌شناسی، انتخاب‌ها، جنسیت، شخصیت و غیره ایجاد شود. بخش بندی بازار فرآیندی است که براساس آن یک بازار به زیربخش‌های متمایزی از مشتریانی که نیازها و مشخصاتشان یکسان است تقسیم‌بندی می‌شود. از آنجا که مشتریان هر بخش نیازها و خواسته‌های یکسانی دارند، به یک طرح بازاریابی و یک محصول خاص به شیوه‌ای مشابه پاسخ می‌دهند. بخش بندی بازار کمک می‌کند با تقسیم یک بازار بزرگ به بخش‌های کوچک‌تر، منابع سازمان به‌طور بهینه صرف مشتریان اصلی شود.

۳. تجزیه و تحلیل (SWOT)

تجزیه و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدید یک کسب‌وکار یا شرکت است.

آغاز به کار واحد خدمات پشتیبانی فنی و تعمیرات در مدیریت امور شعب و نمایندگان

و صرفه جویی در هزینه‌ها و استفاده از نیروهای توانمند و فنی موجود در شرکت در تاریخ ۹۹/۱۰/۲۲ شروع به کار نمود. با استقرار رابطین رایانه در سرپرستی‌ها و شعب از این پس کلیه درخواست‌های شعب مبنی بر خرید تجهیزات و یا انجام تعمیرات از طریق ارسال درخواست به مدیریت امور شعب و با نظارت و هماهنگی مهندس نوایی صورت خواهد پذیرفت.

دستور مقام محترم نایب رییس هیات مدیره و مدیر عامل آقای اویار حسین، مبنی بر تشکیل واحدی جهت ارائه بمنظور رسیدگی و نظارت به درخواست‌های ساخت‌افزایی و تعمیراتی سیستم‌های رایانه‌ای شعب در جهت تسهیل امور مرتبط با این حوزه و کاهش و نظارت بر هزینه‌های خرید تجهیزات از منظر انجام تعمیرات و استفاده بهینه از منابع موجود

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، واحد خدمات پشتیبانی فنی و تعمیرات جهت ارائه خدمات پشتیبانی به درخواست‌های ساخت‌افزایی و تعمیراتی سیستم‌های رایانه‌ای شعب و تسهیل امور مرتبط با این حوزه در مدیریت امور شعب و نمایندگان آغاز به کار کرد. بر اساس این گزارش با توجه به پیشنهاد مدیر امور شعب و نمایندگان و موافقت و

قدردانی از نحوه ارائه خدمات شعبه اراک

بیمه پارسیان در شعبه اراک و همچنین از پاسخگویی و همکاری خانم فامرینی قدردانی کرد.

بر اساس این گزارش، شرکت تولیدی صنعتی بهران موتور گلپایگان، طی ارسال نامه‌ای از زحمات و همراهی مجموعه

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، شرکت تهران موتور از مجموعه شرکت‌های سایپا از خدمات شعبه اراک تقدیر و تشکر کرد.

خدمت رسانی واحدهای پرداخت خسارت بیمه پارسیان به شرکت کنندگان در راهپیمایی ۲۲ بهمن

در مراسم با رعایت کلیه پروتکل‌ها و دستورالعمل‌های بهداشتی و فاصله گذاری اجتماعی حضور یافتند و به ارائه خدمات پرداختند. هر سال در مراسم‌ها و راهپیمایی‌های سراسری کارشناسان بیمه پارسیان جهت ارائه خدمات بیمه‌ای در این مراسم‌ها مستقر می‌گردند تا در کمترین زمان ممکن به درخواست‌های شهروندان رسیدگی نمایند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، واحدهای پرداخت خسارت بسیار بیمه پارسیان در مراسم گرامی داشت سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی در روز ۲۲ بهمن ماه ۱۳۹۹، حضوری فعال داشت. بر این اساس کارشناسان ارزیاب خسارت بیمه پارسیان در استان البرز در مراسمی که به مناسبت پیروزی انقلاب اسلامی برگزار گردید جهت خدمت رسانی به هموطنان و رفاه حال شهروندان شرکت کننده





تقویم سال ۱۴۰۰

Table for the month of فروردین (Farvardin) 1400, showing dates from 21 to 27 with corresponding day names and numbers.

۱. عید نوروز ۳. عید نوروز آغاز تعطیلات تاج العین ۳. عید نوروز ۴. عید نوروز ۵. ولادت حضرت علی اکبر و روز جوان ۶. روز هنرهای بومی ۹. ولادت حضرت امام و روز جهانی مستضعفان ۱۰. روز جمهوری اسلامی ۱۳. ولادت حضرت امام حسن و روز ملی فناوری هسته ای ۱۴. ولادت سید امیرکامیاب ۱۵. روز ملی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی ۱۶. روز بزرگداشت عارف شیخ یونان ۱۷. روز ارتش

۱۸. روز بیمه های خاص ۱۹. روز بزرگداشت شیخ کلبی ۲۰. عید سعید فطر ۲۱. تعطیل به مناسبت عید فطر ۲۲. روز بزرگداشت زبان فارسی و حکیم فردوسی ۲۳. روز بزرگداشت خیام ۲۴. روز ملی جمعیت ۲۵. روز امداد و خدمات اجتماعی

Table for the month of اردیبهشت (Ardehbehest) 1400, showing dates from 25 to 31 with corresponding day names and numbers.

۱. روز بزرگداشت سیدی ۳. سالروز انقلاب فرهنگی ۴. تأسیس سپاه انقلاب اسلامی ۵. ولادت حضرت خدیجه برزق بزرگداشت شیخ بهایی روز معارف ۶. شصت و ششمین سالگرد انقلاب ۷. روز ملی حمل و نقل ۸. ولادت حضرت امام حسن و روز اکرام امام حسن و روز شوراها ۹. روز ملی خلیج فارس ۱۰. شب قدر روز جهانی کارکنان ۱۱. خیریت خوردن حضرت علی (ع) ولادت استاد مطهری و روز معلم ۱۲. شب قدر ۱۳. ولادت حضرت علی (ع) ۱۴. شب قدر روز بزرگداشت شیخ صدوق ۱۵. روز قدس ۱۶. روز بیمه های خاص ۱۷. روز بزرگداشت شیخ کلبی ۱۸. عید سعید فطر ۱۹. تعطیل به مناسبت عید فطر ۲۰. روز بزرگداشت زبان فارسی و حکیم فردوسی ۲۱. روز بزرگداشت خیام ۲۲. روز ملی جمعیت ۲۳. روز امداد و خدمات اجتماعی

Table for the month of خرداد (Khordad) 1400, showing dates from 22 to 28 with corresponding day names and numbers.

۱. روز پره روی و پیاده ساری صحرای ۲. روز بزرگداشت علامه سید فتح خرمداد در تعطیلات بیت المقدس روز قلموت ۳. انار و پربوری ۴. روز خدایان روز مقاومت و پایداری ۵. روز فرهنگ جهانی و روز خانه ای ۶. رخت امام خمینی آیت الله امام باقر علیه السلام ۷. ایام خونی ۸. ایام خونی ۹. خرداد روز جهانی محیط زیست ۱۰. ولادت حضرت امام جعفر صادق ۱۱. روز صنایع دستی ۱۲. ولادت حضرت معصومه روز دختران ۱۳. روز تجلیل از امامزاده نیکان و مقامات متبرکه شهادت سرتان دلیر امام ۱۴. روز بزرگداشت حضرت احمد بن موسی شاعر فارغ روز خرداد ۱۵. درگذشت دکتر علی شریعتی ۱۶. شهادت دکتر مصطفی چغانی روز ویرانگری استدان

Table for the month of تیر (Tir) 1400, showing dates from 26 to 31 with corresponding day names and numbers.

۱. ولادت حضرت امام رضا روز تبلیغ و اطلاع رسانی ۲. جشن تأسیس سازمان تبلیغات اسلامی روز اسفند ۳. شهادت ملا کربلایی ۴. ولادت حضرت امام خمینی روز فقه فقهاییه ۵. پیمان شیمیایی سرخشت روز میرزه باساج های رومی ۶. روز معنویت و معنی ۱۱. شهادت آیت الله صدوقی چاهرین شهادت ۱۲. جمعه مدینه با لوزک کربه و هوایی مسافری ایران روز افروختن حقوق بشر آمریکا ۱۳. روز قلم ۱۴. روز ادبیات کودک و نوجوان ۱۵. شهادت حضرت امام محمد تقی ۱۶. سالروز ازدواج حضرت علی و حضرت فاطمه روز ازدواج روز عفاف و حجاب ۱۷. و تعامل سازنده با جهان ۱۸. روز بزرگداشت حضرت علی و حضرت فاطمه روز ازدواج روز عفاف و حجاب ۱۹. سالروز تأسیس شورای نگهبان ۲۰. شهادت حضرت امام محمد باقر ۲۱. روز عرفه ۲۲. عید سعید قربان

Table for the month of مرداد (Mordad) 1400, showing dates from 24 to 30 with corresponding day names and numbers.

۱. ولادت حضرت امام علی ائمه الهدی روز بزرگداشت شیخ اردبیلی ۲. شهادت امام رضا (ع) ۳. عید سعید غدیر خم ۴. روز بزرگداشت شیخ بهروردی ۵. ولادت حضرت امام موسی کاظم روز امداد فون ۶. روز عیالها ۷. روز خانواده و تکثیر شیخ بهروردی ۸. روز فرمان شرفیاب روز شرفیاب اسلامی و کرامت اسلامی ۹. تشکیل نهاد دانشکده ۱۰. روز خیرکار ۱۱. روز بزرگداشت شهدای مدافع حرم ۱۲. اقامت اسکانی ۱۳. روز حیات با صلوات ۱۴. روز شکل ها و مشارکت اجتماعی ۱۵. روز مقاومت ۱۶. آغاز بازگشت اردکان به زمین اسلامی ۱۷. شهادت امام حسین (ع) ۱۸. عید سعید کبودی آمریکا برای بزرگداشت شهید ۱۹. روز تجلیل از اسرا و مفقودان ۲۰. شهادت حضرت امین زین العابدین روز بزرگداشت علامه مجلسی و روز جهانی مسجد

Table for the month of شهریور (Shahrivar) 1400, showing dates from 28 to 31 with corresponding day names and numbers.

۱. روز بزرگداشت ابوعلی سینا روز پزشکی ۲. آغاز هفته دولت شهادت سیدعلی اندرزگو ۳. روز کارمند روز بزرگداشت زکریا رازی روز داروسازی روز کشتی ۴. روز میرزه باساج بازره با تروریسم ۵. آغاز دفتر خیرات و تبریک ۶. شهادت حضرت امام زین العابدین به روایتی روز میرزه باساج بازره با استعمار انگلیس ۱۳. روز تعاون روز بزرگداشت ابوریحان بیرونی ۱۴. شهادت آیت الله قدوسی و سرتیج دستچرمی ۱۵. ایام ۱۷. شهریور ۱۸. ولادت آیت الله طالقانی اولین امام جمعه تهران ۱۹. شهادت دوین شهید صدر آیت الله خدای ۲۰. روز سیمه ۲۱. شهادت حضرت امام حسن حبیبی به روایتی روز بزرگداشت سلمان فارسی ۲۲. روز شعر و ادب فارسی روز بزرگداشت شهید شریانی ۲۳. آغاز جنگ تحمیلی آغاز هفته دفاع مقدس

Table for the month of مهر (Mehr) 1400, showing dates from 27 to 31 with corresponding day names and numbers.

۱. زمین شصت و شصت صحرای آیدان روز گردشگری ۲. روز بزرگداشت فرماندهان شهید دفاع مقدس شهادت امامزاده آتش نشانی و ایمنی روز بزرگداشت شهسوار روز بزرگداشت مولوی روز همبستگی و همدردی با زنان فلسطینی روز جهانی اسفند ۱۳. روز فرهنگ ۱۴. رخت کارکنان روز فرهنگ حضرت امام حسن م و کتابخانه و میراث امام خمینی از عراق به پارسی ۱۵. روز دامپزشکی ۱۶. شهادت حضرت امام رضا روز هنر و هنر پارسا ۱۷. روز بزرگداشت حافظ ۱۸. روز جهانی اسفند ۱۹. شهادت حضرت امام حسن از امامت حضرت علی و عصر شهادت پنجین شهید حراب آیت الله اسفندی روز جهانی بنیان ۲۰. روز ملی و تربیت بدنی و ورزش ۲۱. ولادت حضرت رسول اکرم به روایت اصل سنت آغاز هفته وحدت ۲۲. روز صاعقه

Table for the month of آبان (Aban) 1400, showing dates from 23 to 30 with corresponding day names and numbers.

۱. ولادت حضرت رسول اکرم و روز اذان و مهر روزی ولادت حضرت امام جعفر صادق ۲. اعتراض و افشاکاری حضرت امام خمینی علیه کاپیتولاسیون ۳. شهادت حسین فدیه روز نوجوان و وسیع دانش آموزی ۴. شهادت آیت الله هاشمی اولین شهید حرابی ۵. تسخیر لید جاسوسی آمریکا به دست دانشجویان خط امام روز ملی میرزه باساج استگرایان روز دانش آموز ۱۴. روز فرهنگ عمومی ۱۵. روز جهانی علم در خدمت صلح و توسعه ۱۶. ولادت حضرت امام حسن عسکری ۱۷. روز کتاب و کتابخوانی و کتابدار ۱۸. روز بزرگداشت آیت الله حسن مطبوعاتی ۱۹. ولادت حضرت معصومه

Table for the month of آذر (Azar) 1400, showing dates from 21 to 28 with corresponding day names and numbers.

۱. روز بیستم مستضعفان روز نیروی دریایی روز بزرگداشت شیخ مفید ۲. شهادت آیت الله مدرس و روز مجاز ۳. روز قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و روز جهانی معلمان ۴. روز دانشجو ۵. ولادت حضرت زینب و روز برستان شکیلی هورا عالی انقلاب فرهنگی به فراموشی ۶. شهادت آیت الله دستغیب سهرین شهید مدرسه ۷. روز پژوهش ۸. شهادت حضرت فاطمه به روایتی شهادت آیت الله محمد تقی روز وحدت حوزه و دانشگاه روز جهان عاری از خشونت و افراط گرایی ۹. شب یلدا

Table for the month of دی (Di) 1400, showing dates from 25 to 31 with corresponding day names and numbers.

۱. ولادت حضرت عیسی روز ایمنی در برابر زلزله و کاهش باثبات طبیعی ۲. سالروز تشکیل نهضت سواد آموزی به فرمان امام خمینی روز بصیرت و میثاق امت با ولایت ۱۱. آغاز سال ۲۲ میلادی ۱۳. روز جهانی مقاومت شهیدان و عمل سردار سپهد قاسم سلیمانی ۱۴. شهادت لطفه آذر مهر ۱۵. ایام خونین مرد مه ۱۶. شهادت موزتقی خان امیرکبیر ۱۷. تشکیل شورای انقلاب به فرمان امام خمینی ۱۸. سالروز ولادت حضرت ام البنین روز تکثیر مداران و همسران شهدا فرمان شاه مدومه ۱۹. روز غزه

Table for the month of بهمن (Behman) 1400, showing dates from 29 to 31 with corresponding day names and numbers.

۱. ولادت حضرت فاطمه زهرا و روز نوزاد حضرت امام خمینی ۲. سالروز حمله مردم آمل ۳. بزرگداشت حضرت امام خمینی به ایران و آغاز دهه فجر ۴. ولادت حضرت امام محمد باقر روز فناوری ۵. شهادت حضرت امام علی ائمه الهادی ۶. روز نیروی هوایی ۷. پیروزی انقلاب اسلامی ۸. ولادت حضرت امام محمد تقی ۹. ولادت حضرت امام علی و آغاز ایام البیضاء ۱۰. ارتحال حضرت زینب تسخیر ایلام شهید ۱۱. قیام مردم تبریز به مناسبت چهارمین روز شهید و روز اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی

Table for the month of اسفند (Asfand) 1400, showing dates from 26 to 31 with corresponding day names and numbers.

۱. روز بزرگداشت خواجه نصیر الدین طوسی و روز هندسی ۲. شهادت حضرت امام موسی کاظم ۳. جمعیت حضرت رسول اکرم ۴. روز احسان و نیکی روز ترویج فرهنگ قرص اسفند ۵. ولادت حضرت امام حسین و روز پاسدار روز روز خردگانی ۶. ولادت حضرت ابوالفضل العباس و روز جانپز ۷. ولادت حضرت امام زین العابدین ۸. روز بزرگداشت سید جمال آید اسفند سالروز تأسیس کانول های فرهنگی و هنری مساجد ۹. روز راهیان نور ۱۰. روز بزرگداشت نظامی اکبر ۱۱. روز بزرگداشت شهید ۱۲. ولادت حضرت علی اکبر و روز جوان ۱۳. روز بزرگداشت پروین اعتصامی ۱۴. ولادت حضرت علی قلی الله تعالی فرجه و روز جهانی مستضعفان ۱۵. روز هدی شدن صنعت نفت ایران

تسلیت

با خبر شدیم همکارانمان آقایان علی اصغر عنایت، محمدرضا صالحی نژاد چایچی، جواد منصوری، محمد غیات پور و ابراهیم رضانی 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.

در هفته‌های اخیر شعبه‌هایی از شرکت بیمه پارسیان نشانی جدید پیدا کرده است.

■ شعبه بندر انزلی: خیابان نواب، کوی واحدی،

کد پستی ۴۳۱۷۶۴۷۱۵۹

■ شعبه آمل: خیابان امام خمینی، نبش آفتاب، بلاک ۴۴

تلفن‌ها: ۰۱۱۴۴۲۴۷۸۸۳، ۰۱۱۴۴۲۴۸۰۲۰، ۰۱۱۴۴۲۴۸۰۱۹، ۰۱۱۴۴۲۴۳۲۰۵

■ شعبه زاهدان: بلوار جانبازان، نبش خیابان بیست متری هدایت

تلفن: ۰۵۴۲۳۴۴۶۲۲۵

تلفن‌ها: ۰۱۳۴۴۵۱۴۶۷۹، ۰۱۳۴۴۵۱۴۶۸۰، ۰۱۳۴۴۵۱۴۶۸۱

۰۱۳۴۴۵۱۴۶۸۲

■ شعبه گلپایگان: خیابان آیت اله گلپایگانی نبش خیابان شهید احمدی،

کد پستی ۸۷۷۱۶۶۶۶۶۱

تلفن‌ها: ۰۳۱۵۷۴۵۴۶۶۰، ۰۳۱۵۷۴۵۴۶۶۱

انتصاب‌های جدید در بیمه پارسیان

طی احکامی از سوی آقای اویارحسین، نایب رئیس 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.

نام و نام خانوادگی	سمت
مجید بنویدی	مشاور ارشد مدیرعامل
سید امید طباطبایی	رئیس شعبه کیش
فاطمه رحمانی جو	معاون امور نمایندگان و کارگزاران
رضا نیک منظر	معاون مدیر پشتیبانی
حسن یحیی زاده	معاون مدیر آموزش
مسعود مهاجری	سرپرستی شعبه اصفهان
سعیدرضا ابراهیمی	مدیر پروژه پیاده سازی سیستم باشگاه مشتریان
یسری عزیزی	با حفظ سمت سرپرستی شعبه، معاون شعبه کرمانشاه



لغات انگلیسی تخصصی بیمه

برگرفته از کتاب فرهنگ اصطلاحات بیمه نوشته هادی اویار حسین

لغت	ترجمه
Offer and Acceptance	پیشنهاد و پذیرش / پیشنهاد و قبول
Accident and health	حادثه و درمان
Accident and sickness	حادثه و بیماری
Accident at work	حادثه کار
Car accident/ vehicle accident	حوادث وسیله نقلیه موتوری زمینی
actuary	محاسب فنی بیمه
Actuarial premium	حق بیمه ریاضی
Actuarial services	خدمات اکچوئری
Actuarial value	ارزش اکچوئری
adjuster	ارزیاب
Average adjuster	ارزیاب خسارت همگانی
Loos adjuster	ارزیاب خسارت
agent	نماینده (بیمه)
All risk basis except in flight	بیمه تمام خطر هواپیما به جز مواقعی که در پرواز است
All risk basis ground and flight	بیمه تمام خطر هواپیما بر روی زمین در پرواز
All risk basis while not in motion	بیمه تمام خطر در مواقعی که هواپیما در حرکت نیست
Alteration	تغییرات بیمه نامه



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان



صدور بیمه نامه مسئولیت

شرکت های حمل و نقل بین المللی کالا از طریق جاده

سی ام آر (CMR)

www.parsianinsurance.ir

تلفن مستقیم: ۸۸۶۴۲۶۵۳

مرکز ارتباطات: ۸۲۵۹



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان

طرح فروش ویژه

از تاریخ ۹۹/۱۱/۱ لغایت ۹۹/۱۲/۳۱

بیمه نامه مسئولیت مدنی کارفرما در قبال کارکنان

بیمه نامه مسئولیت مدنی دارندگان رستوران ها و سالن های پذیرایی در قبال مراجعین

پذیرایی در قبال مراجعین

مرکز ارتباط : ۰۲۱-۸۲۵۹

www.parsianinsurance.ir