



◀ همزمان با سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی:
بیمه پارسیان یک مدرسه دیگر در منطقه
محرورم را افتتاح کرد

ویژه‌نامه نوروزی

بهمن و اسفندماه ۱۴۰۰

پیام تبریک نایب رییس هیات مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان
به مناسبت نوروز ۱۴۰۱



◀ با تصویب مجمع عمومی؛
سرمایه بیمه پارسیان افزایش یافت



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان



صادر انواع بیمه مسئولیت بیمه پارسیان

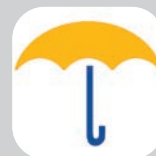
- بیمه مسئولیت مدنی حرفه ای
- بیمه مسئولیت کارفرما در قبال کارکنان
- بیمه مسئولیت مدنی کارفرما ناشی از اجرای عملیات ساختمانی در قبال اشخاص ثالث
- بیمه مسئولیت مدنی تولید کنندگان و فروشندگان کالا در قبال استفاده کنندگان و اشخاص ثالث
- بیمه مسئولیت مدنی عمومی بیمه گذار در قبال اشخاص ثالث

مرکز ارتباطات : ۰۲۱-۸۲۵۹

www.parsianinsurance.ir



سنة الرحمن الرحيم



- مدیر مسوول: افشین نوری
- سردبیر: سیمین نصرالهی
- دبیر تحریریه: حمیده حاجی جعفر، حسین نیساری
- 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: ۱۹۶۹۶۳۳۴۳۱
- تلفن: ۴۲۱۶۹۳۴۱
- دورنگار: ۴۲۱۶۹۳۴۶
- پست الکترونیکی: pr@parsianinsurance.com
- وبسایت: www.parsianinsurance.ir



پیام نوروزی



يَا مُقَلِّبَ الْقُلُوبِ وَ الْأَبْصَارِ
يَا مُدَبِّرَ اللَّيْلِ وَ النَّهَارِ
يَا مُحَوِّلَ الْحَوْلِ وَ الْأَحْوَالِ
حَوْلَ حَالِنَا 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 همتا، فرارسیدن 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، کارکنان و نمایندگان بیمه پارسیان که سرمایه‌های اصلی و گرانقدرمان می باشند و همواره با تلاش چشمگیر در تمام جنبه های فعالیت در حوزه اقتصادی، کمک به بهبود صنعت بیمه کشور، مشتری مداری و همچنین ایفای نقش در حوزه مسئولیت های اجتماعی موجبات سرآمدی و سربلندی مجموعه بیمه پارسیان گردیده‌اند. اینجانب ضمن تبریک فرارسیدن عید نوروز به تمامی اعضاء خانواده معظم 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 برای شرکت توانمند بیمه پارسیان در پیش رو داشته باشیم.

هادی اوبار حسین

نایب رییس هیات مدیره و مدیر عامل



همزمان با سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی:

بیمه پارسیان یک مدرسه دیگر در منطقه محروم را افتتاح کرد



براساس این گزارش؛ این مدرسه دوکلاسه با هدف آموزش و توسعه علم و دانش در مناطق کم برخوردار از تحصیل و با حضور جمعی از مدیران بیمه پارسیان و همچنین مسئولان اداره آموزش و پرورش استان سیستان و بلوچستان به بهره برداری رسید. بیمه پارسیان در سال‌های اخیر ساخت هفت مدرسه در مناطق محروم را به پایان رساند و هم اکنون دانش آموزان عزیز در آن مشغول به تحصیل می باشند.



در ادامه فعالیت‌های خیرخواهانه و ایفای نقش مسئولیت اجتماعی؛ بیمه پارسیان یک مدرسه دیگر در مناطق کم برخوردار استان سیستان و بلوچستان را افتتاح کرد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ این شرکت همزمان با ایام الله دهه فجر و سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی، اقدام به بهره برداری از مدرسه ای دیگر در منطقه محروم ورزنان، شهرستان سرباز از توابع استان سیستان و بلوچستان کرد.

با تصویب مجمع عمومی؛

سرمایه بیمه پارسیان افزایش یافت



بیمه پارسیان به عنوان یکی از بزرگترین شرکت‌های بیمه کشور همواره در سطح یک توانگری مالی در صنعت بیمه قرار داشته و امیدوار است این افزایش سرمایه نیز به رشد و سودآوری هرچه بیشتر شرکت بیانجامد و سهامداران از منافع آن بهره مند شوند.

سهامداران (بیش از ۷۷ درصد) بصورت همزمان حضوری و آنلاین و با رعایت کامل پروتکل‌های بهداشتی برگزار و با موافقت اکثریت سهامداران مقرر گردید سرمایه شرکت بیمه پارسیان طی مرحله اول با ۱۴۰ درصد رشد به ۱۲ هزار میلیارد ریال افزایش یابد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با تصویب مجمع عمومی فوق العاده، سرمایه این شرکت به ۱۳ هزار میلیارد ریال طی دو مرحله افزایش یافت. براساس این گزارش، همانگونه که قبلاً اعلام شده بود، مجمع عمومی فوق العاده بیمه پارسیان صبح امروز مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۳ با حضور اکثریت

روابط عمومی بیمه پارسیان در جمع برگزیده های روابط عمومی کشور



استانبول و پروفسور الکساندر لاسکین از دانشگاه مسکو مطالبی را با موضوع سمپوزیوم ارائه کردند. این گردهمایی علمی با مشارکت حدود ارگان های دولتی، غیردولتی، برندها و تعاونی ها برگزار شد و دکتر صولت مرتضوی معاون اجرایی رییس جمهور، دکتر حسین مهری مدیر عامل بانک صنعت و معدن و دکتر علی دارابی قائم مقام وزیر گردشگری، صنایع دستی و میراث فرهنگی سخنانی را ایراد نمودند.

در پایان از روابط عمومی های برتر برگزیده در دو سطح استانی و ملی در موضوعات ارتباطات الکترونیکی و مجازی، مدیریت راهبردی، اطلاع رسانی، ارتباطات رسانه ای، ارتباطات مردمی و تکریم ارباب رجوع، روابط عمومی کسب و کار، برنامه ریزی ارتباطی، مطالعات ارتباطی و افکار عمومی و مدیریت بحران و براساس شاخص های ارزیابی تعیین شده، با اهدای لوح سپاس و تندیس جشنواره قدردانی شد.

روابط عمومی بیمه پارسیان نیز در این جشنواره با کسب امتیازات کسب شده حایز دریافت لوح یادبود و تندیس ارتباطات مردمی و تکریم ارباب رجوع شد. همچنین در راستای این رویداد، دو کارگاه آموزشی با عناوین "تحوه تهیه و نگارش پیوست ارتباطی" و "کاربردهای ویکی پدیا در روابط عمومی" در روز دوشنبه ۲۰ دی ماه برگزار شد و کارشناسان مدیریت روابط عمومی در این کارگاهها حضوری فعال داشتند.

هفدهمین سمپوزیوم بین المللی روابط عمومی و هجدهمین جشنواره برترین های روابط عمومی ایران در روز ۲۶ دی ماه با حضور جمعی از مدیران، کارشناسان و اساتید روابط عمومی ایران و تعدادی از اساتید بین المللی، در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار شد.

این دوره سمپوزیوم با هدف توسعه ادبیات علمی در حوزه دانش روابط عمومی براساس ضرورت های جهانی با موضوع کلی "روابط عمومی پسا کرونا؛ تغییرات و نتایج" برگزار شد و ۸ مقاله علمی برگزیده در این خصوص توسط استادانی از ایران، روسیه، ترکیه، اسلونی و فنلاند ارائه شد.

در این مراسم تسوکو سوقی هارا، رییس انجمن بین المللی روابط عمومی (IPRA) در پیامی ویدیویی، ضمن استقبال از برگزاری این سمپوزیوم به توضیحاتی در خصوص موضوع آن یعنی «روابط عمومی پسا کرونا» پرداخت. در ادامه نیز پروفسور بانو بیبازر هوکس مدیر گروه روابط عمومی و تبلیغات دانشگاه استانبول، دکتر عطالله ابطی استاد دانشگاه از ایران، پروفسور دیجان ورچیچ استاد دانشگاه اسلونی، دکتر فلیپه بورمانس عضو هیات مدیره انجمن بین المللی روابط عمومی و استاد دانشگاه بروکسل، دکتر آنا ماریا کاتان از دانشگاه بروکسل، پروفسور دکتر زهرا گونگور رییس دانشکده ارتباطات



برگزیدگان در بخش ارتباطات مردمی و

تکریم ارباب رجوع

- شرکت هواپیمایی آسمان
- شرکت بیمه پارسیان
- شرکت بیمه کوثر

برگزیدگان در بخش ارتباطات رسانه ای

- اپراتور همراه اول
- شرکت نفت ستاره خلیج فارس
- شرکت سهامی بیمه ایران
- شرکت صبا فولاد خلیج فارس
- ارتباطات الکترونیکی و مجازی
- اپراتور ایرانسل
- شرکت ملی صنایع مس ایران
- و.....



نگاهی به اهم فعالیت‌ها و پروژه‌های در دست اقدام مدیریت بیمه‌های زندگی

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان با اعلام مدیر بیمه‌های زندگی؛ اهم فعالیت‌های صورت پذیرفته این مدیریت در سال ۱۴۰۰ به شرح ذیل می‌باشد:

- تغییر نام و اصلاح ساختار مدیریت بیمه‌های زندگی - ایجاد دو معاونت "بازاریابی و فروش"، و "فنی" در حوزه مدیر بیمه‌های زندگی
- تاسیس اداره "توسعه و راهبری شبکه فروش بیمه‌های زندگی" به منظور برنامه‌ریزی و تیم‌سازی شبکه فروش
- تاسیس اداره "اکچوئری بیمه‌های زندگی" به منظور انجام مباحث مرتبط با تحلیل داده، تعیین قیمت محصولات، طراحی محصول
- بازنگری در شرایط بیمه‌نامه‌های زندگی با هدف تسهیل بازاریابی، فروش و صدور این بیمه‌نامه‌ها
- ارتقاء سرمایه‌های قابل ارایه به بیمه شدگان در پوشش‌های زیر مجموعه بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری
- بهبود پوشش امراض خاص و تغییر رویه خسارت‌های پرداخت، براساس رویکرد سرمایه‌ای
- افزایش سقف سنی ارایه پوشش‌های بیمه‌ای - تسهیل در فرآیند ارزیابی ریسک‌های پزشکی بیمه‌نامه زندگی
- حذف محدودیت‌های مربوط به وام و برداشت از اندوخته به لحاظ تعداد وام و مدت انتظار دریافت وام
- امکان استعلام نرخ بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری به صورت آنلاین برای بیمه‌نامه‌های عمر و

- سرمایه‌گذاری طرح انفرادی
- برگزاری همایش‌های انگیزشی توسط مدیریت بیمه‌های زندگی در سطح کشور
- برگزاری وبینار انگیزشی با موضوع بیمه‌های زندگی با بیش از ۶۰۰ شرکت کننده
- مذاکره با شرکت‌های گروه مالی و معرفی طرح پارمیس به شرکت‌های زیر مجموعه
- برگزاری جشنواره فروش بیمه‌های زندگی با محوریت بیمه‌گزاران و شبکه فروش
- جشنواره هدیه زندگی پارسیان با رویکرد بیمه‌گزاران
- جشنواره ستارگان فروش بیمه‌های زندگی ویژه نمایندگان
- اهدای جوایز جشنواره بیمه‌گزاران خوش حسابی
- پیاده سازی بیمه‌نامه مانده بدهکار در سامانه فناوران
- تعیین شاخص‌ها و معیارهای انتخاب مدرسین بازاریابی و فروش
- اجرای طرح فروش بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری با شرایط ویژه به شبکه فروش (پارمیس نمایندگان)
- تخصیص سود مشارکت در منافع سال ۱۳۹۹ به اندوخته بیمه‌نامه‌ها معادل ۲۲ درصد
- راه اندازی صفحه اختصاصی اینستاگرام بیمه‌های زندگی
- طراحی مجدد و مدیریت محتوای وب سایت تخصصی بیمه‌های زندگی
- تسهیل روند اعطای کد نمایندگی به نمایندگان فروش بیمه‌های زندگی
- انعقاد ۵ قرارداد فروش جمعی در حوزه بیمه‌های زندگی
- ارایه انواع موشن گرافی با هدف معرفی بیمه‌های زندگی با همکاری مدیریت روابط عمومی
- استفاده از ظرفیت‌های داخلی سرمایه‌های انسانی از طریق جذب و آموزش مدرسین بیمه‌های زندگی
- امتیازدهی بیمه‌گزاران بیمه‌های زندگی در باشگاه مشتریان بیمه پارسیان
- پیگیری مراحل پیاده سازی طرح نهال زندگی پارسیان
- همچنین با توجه به برنامه ریزی عملیاتی انجام شده به منظور توسعه فروش بیمه های زندگی و افزایش سهم شرکت بیمه پارسیان در بازار این بیمه‌نامه و نیز پرتفوی شرکت، مدیر بیمه های زندگی از اجرای برنامها و پروژه های در دستورکار این مدیریت در سال آتی به شرح ذیل گفت:
- نوآوری در محصول و ارایه نسخه جدیدی از بیمه‌های زندگی به منظور رقابت پذیری بیشتر با بیمه نامه های ارایه شده توسط رقبا
- ارایه بیمه نامه مستمری به منظور پاسخگویی به نیاز مشتریان بازار
- تاسیس سازمان فروش بیمه های زندگی به منظور بکارگیری روش های نوین بازاریابی و فروش

مدیر بیمه‌های زندگی از ایجاد تغییراتی در راستای بهبود محصول خبر داد

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان مدیر بیمه‌های زندگی؛ در راستای تحقق استراتژی توسعه بیمه‌های زندگی و افزایش سهم پرتفوی این رشته، تغییراتی در محصول و ساختار مدیریتی بیمه‌های زندگی به شرح ذیل خبر داد:

- بیمه‌شدگان فاقد شغل
- امکان تعدیل حق بیمه به صورت منظم سالانه تا حداکثر ۵۰٪
- افزایش سرمایه‌های بیمه‌ای قابل ارایه به بیمه شدگان زیر ۱۵ سال تا سقف ۲,۰۰۰,۰۰۰ ریال
- افزایش سقف سنی ارایه پوشش امراض تا ۶۵ سالگی
- افزایش سرمایه پوشش امراض خاص معادل سرمایه فوت به هر علت تا سقف ۱,۵۰۰,۰۰۰ ریال
- افزایش سقف سنی ارایه پوشش‌های بیمه‌ای بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری تا ۸۰ سالگی بیمه شده
- ارایه انواع پوشش‌های مرتبط با از کار افتادگی دائم و کامل به تمامی

گفتگو با امیر ساسان ترابی زاده، معاون برنامه‌ریزی و توسعه بازار؛

تحول دیجیتال موضوع اصلی سازمان‌ها از جمله شرکت بیمه پارسیان است

اجرای شدن برنامه‌های جدید فناوری اطلاعات را به عهده داشته اند، با تلاش و همکاری مدیریت‌های ذی ربط، سیستم ارتباط با مشتریان، باشگاه مشتریان، سیستم دریافت نسخ درمانی به صورت الکترونیکی و موبایل اپلیکیشن چتر همراه پیاده سازی شده است و انتقال داده‌های سیستم قبلی بیمه‌های عمر به سیستم بیمه‌گری بنیان و نهایی شدن طرح بیمه‌ای نهال زندگی در حال انجام هستند.

همچنین سامانه مدیریت اسناد (DMS) نیز برای شرکت تهیه شده و در حال طی مراحل پیاده‌سازی و اجرای آزمایشی است و به امید خدا از سال آتی برای کاربری عمومی همکاران استفاده خواهد شد. با توجه به بازنگری انجام شده در دستورالعمل ارزیابی عملکرد و محاسبه پاداش، مراحل تهیه سیستم‌های نرم‌افزاری جدید مدیریت عملکرد سازمانی و کارکنان نیز به تازگی انجام شده است که پس از استقرار جایگزین سیستم فعلی گردد. با هدف اخذ نظرات و پیشنهادهای همکاران و سایر ذی‌نفعان سازمان، سامانه نظام پیشنهادهای نیز در دست تهیه و راه‌اندازی است. از دیگر اقدامات انجام شده ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی برای استفاده از سایت DR (برای اطمینان ادامه عملیات در صورت خرابی سایت اصلی)، بازنگری معماری شبکه، خرید تجهیزات شبکه، تقویت سرورها، ارتقای سیستم عامل‌های کلاینت‌ها در ستاد و تعدادی از شعب بوده است و در حال تکمیل می‌باشد.

لازم است از همکاران فناوری اطلاعات که در برخی موارد شبانه اقدام به اصلاحات زیرساختی نموده اند، به طوری که کمترین زمان وقفه در عملیات روزانه ایجاد شود، تشکر و قدردانی نمایم.

با حمایت مدیران ارشد امکانات لازم برای استفاده از پلتفرم‌های مختلف برای عملیات بیمه‌گری فراهم شده است و با استفاده از API‌های تهیه شده، امکان بستر فروش اینترنتی تعدادی از بیمه‌نامه‌ها فراهم گردید. از برنامه‌های آتی می‌توان به ایجاد و یا توسعه هوش تجاری، داده کاوی و ایجاد دانش بر اساس داده‌های جمع آوری شده اشاره نمود. همکاری با شرکت‌های استارت‌آپی برای بهبود فرآیندهای اجرایی و استفاده از سایر پلتفرم‌ها برای ارائه خدمات بیمه‌گری در دستور کار قرار دارد.

تعیین مقصر حوادث رانندگی برای خسارت‌های زیر ۱۶۰ میلیون ریال از طریق وب و یا موبایل اپلیکیشن در زمان وقوع حادثه و استفاده از هوش مصنوعی برای ارزیابی خسارت‌های وارده به بدنه خودرو، از دیگر برنامه‌های این معاونت است.



لطفا خودتان را معرفی فرمایید.

اینجانب امیر ساسان ترابی زاده هستم و حدود یک سال است که افتخار همکاری با خانواده بیمه پارسیان را دارم. سوابق قبلی بنده در شرکت بیمه البرز بوده و از آخرین پست‌هایی که داشته ام معاون برنامه‌ریزی و نوآوری بیمه البرز و عضو هیات مدیره یک شرکت خدماتی وابسته به آن شرکت بوده است.

فعالیت‌های حوزه معاونت جنابعالی بیشتر بر

چه مواردی متمرکز است؟

فعالیت‌های معاونت برنامه‌ریزی و توسعه بازار بیمه پارسیان در حوزه‌های فناوری اطلاعات، برنامه‌ریزی و کنترل عملکرد، طراحی و توسعه محصول، پژوهش و نوآوری، سیستم‌ها و روش‌ها، شبکه فروش و ارتباط با مشتریان و توسعه بازار است. با توجه به اینکه برای توسعه و ایجاد تحول دیجیتال، برنامه‌ریزی و فناوری اطلاعات زیرساخت را فراهم می‌نمایند، لذا فعالیت‌های این معاونت بیشتر در این دو حوزه متمرکز می‌باشد.

حوزه فناوری اطلاعات شرکت از زمان حضور

جنابعالی چه برنامه‌های جدیدی پیاده شده و یا برای آینده در دست اقدام است؟

ضمن تشکر از دکترهاشم زاده مشاور مدیر عامل در طرح و برنامه، که برنامه‌ریزی‌های لازم را در

**با حمایت مدیران
ارشد امکانات لازم
برای استفاده از
پلتفرم‌های مختلف
برای عملیات
بیمه‌گری فراهم
شده است**



انتخاب تامین‌کننده تهیه شده است. امیدوارم به زودی شاهد اجرای فروش اینترنتی باشیم.

فرآیند برنامه‌ریزی و به روز بودن برنامه‌های استراتژیک و اجرایی شرکت چگونه است و در این حوزه چه فعالیت‌هایی با حضور جنابعالی صورت گرفته است؟

یکی از کارکردهای مهم برنامه‌ریزی استراتژیک در سازمان‌های بزرگ از جمله بیمه پارسیان، همسو کردن تلاش‌ها و تخصیص منابع است. خوشبختانه سال‌هاست که بیمه پارسیان دارای برنامه استراتژیک است و بر این اساس برنامه‌های عملیاتی و اجرایی تهیه می‌شود. معمولاً برنامه‌های استراتژیک بر مبنای مأموریت، چشم‌انداز، تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها و اهداف کلان تدوین می‌شوند و در طول سال کمتر مورد تغییر قرار می‌گیرند.

برنامه‌های عملیاتی نیز همسو با اهداف و استراتژی‌های شرکت و بر مبنای نیازها و امکانات واحدها و شعب، با اخذ نظر از مدیران و روسای شعب، پس از بررسی و تایید مدیریت طرح و برنامه تدوین شده و با تصویب هیأت‌عامل ابلاغ می‌گردد. در طی سال نیز کنترل میزان پیشرفت و ارزیابی نحوه اجرا انجام شده و بازخوردها و گزارش‌های لازم تهیه می‌گردد. در موارد خاص و با توجه به شرایط و دلایل، اعمال تغییرات نیز با طی مراحل بررسی و تایید صورت می‌گیرد.

در پایان اگر سخنی با همکاران و خوانندگان نشریه چتر دارید بفرمایید.

تحول دیجیتال در حال تبدیل شدن به موضوع اصلی اکثر سازمان‌ها از جمله شرکت بیمه پارسیان است. پیش‌بینی می‌شود شرکت‌هایی که قادر به تطبیق با تغییرات عصر دیجیتال نباشند از بین خواهند رفت. بدین ترتیب تنها شرکت‌های سازگار که بتوانند خود را با روندهای فناوری تطبیق دهند، باقی خواهند ماند. به زبان ساده تحول دیجیتال، سیر دگرذیسی الزامی و تغییری شگرف در عملکرد شرکت با محوریت فناوری‌های تحول‌آفرین است. اینترنت اشیا، رایانش ابری، اپلیکیشن‌های موبایل، رسانه‌های اجتماعی، واقعیت مجازی و افزوده، تحلیل داده، هوش مصنوعی و بلاک‌چین از مهمترین انواع فناوری‌های تحول‌آفرین هستند. تحول دیجیتال به معنی استفاده تزیینی و مدگرایانه از این فناوری‌ها نیست، بلکه زمانی می‌توانیم مدعی تحول دیجیتال شویم که این فناوری‌ها، مدل‌های کسب و کار، تجربه‌های ذینفعان و فرآیندهای عملیاتی ما را به نحو مطلوبی زیرو رو کرده باشند و به معنای استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای تغییر مدل کسب و کار که فرصت‌های جدیدی برای کسب درآمد و ارزش ایجاد می‌کند، است. ایجاد تحول دیجیتال با چالش‌هایی نیز رو به رو است و برای تبدیل شدن از یک شرکت سنتی به سازمانی هوشمند نیازمند همدلی و همکاری همه واحدهای شرکت هستیم. امیدوارم بتوانیم در رسیدن به این مهم از نظرات و همفکری همه عزیزان بهره‌مند شویم.

برای ارتباط بهتر با بیمه‌گذاران علی‌الخصوص بیمه‌گذاران وفادار بیمه پارسیان و نیز بهره‌مندی ایشان از امتیازات وفاداری مشتریان کارهای چشمگیری مانند باشگاه مشتریان، سیستم یکپارچه ارتباط با مشتری (CRM) و... راه‌اندازی شده است لطفاً در این زمینه توضیحات خود را ارائه فرمایید.

به منظور استفاده از تجربه مشتری و برنامه‌ریزی برای توسعه خدمات و حفظ و توسعه مشتریان، نیازمند ارتباط با آن‌ها می‌باشیم، با تلاش و پیگیری همکاران سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در کلیه سطوح شرکت بیمه پارسیان آماده بهره‌برداری بوده و دسترسی مدیریت‌های ذی‌ربط جهت کار و استفاده از این سیستم مهیا و ایجاد گردیده است.

این سیستم متصل به سیستم مرکز تماس بوده و می‌تواند سبب افزایش رضایتمندی مشتریان، تسهیل و تسریع در انجام امور مشتریان، توسعه بازاریابی و فروش محصولات شرکت، ارزیابی کارکنان، واحدها و فرآیندها از طریق کسب بازخور مشتریان، شناسایی نقاط قوت و ضعف شرکت، ارتقاء سطح فرهنگ پاسخگویی در شرکت و در نهایت افزایش درآمد حاصل از فروش شود.

باشگاه مشتریان و امتیازدهی بر اساس فعالیت‌های مشتریان، وفاداری مشتریان را با ارائه تسهیلاتی که برای آنان در نظر گرفته می‌شود، افزایش خواهد داد. باشگاه مشتریان به عنوان زیرساخت مناسبی برای افزایش فراوانی تعاملات بین شرکت و مشتریان خواهد بود.

شاخص‌های امتیازدهی باشگاه فعلی بیمه پارسیان در حال حاضر شامل

- عضویت در باشگاه
- شرکت در نظرسنجی
- سابقه مشتری
- میزان دعوت مشتری به بیمه پارسیان
- میزان خرید بیمه‌نامه
- نحوه پرداخت حق بیمه
- خسارات دریافتی، فسخ و یا ابطال و بازخریدی بیمه‌نامه‌های عمر می‌باشد.

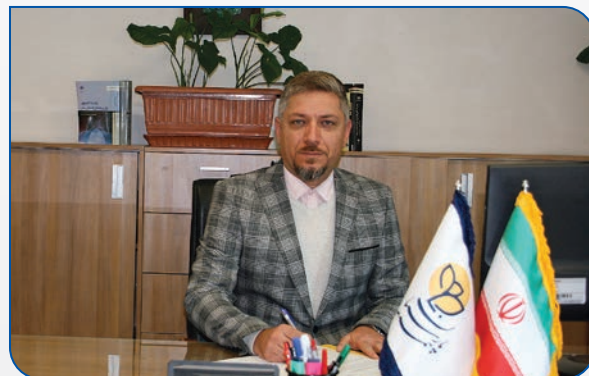
بر اساس هدف‌گذاری‌های سالانه شرکت، امتیازهای هر شاخص می‌تواند افزایشی و یا کاهش‌ی باشد و یا شاخص‌هایی اضافه و یا حذف شود.

با توجه به رشد روزافزون فضای مجازی و ایجاد پلتفرم‌های مختلف فروش آنلاین برای پیشرو بودن در این حوزه چه کارهایی انجام شده یا بایستی انجام شود؟

به منظور استفاده از فضای مجازی برای فروش اینترنتی، نیازمند طراحی فرآیندهایی هستیم که لزوماً منطبق با عملیات جاری فروش نیست. لذا ایجاد بسترهای لازم از جمله بازنگری و طراحی فرآیندها، امکان تبادل اطلاعات با core insurance و تامین منافع تمامی ذینفعان از جمله الزامات است. در این راستا، API‌های لازم تهیه شده است و RFP برای

مدیر بیمه‌های زندگی بیمه پارسیان در گفت‌وگو با الفباخبر: بیمه زندگی پارسیان دارای مزایای ویژه در بخش پوشش‌های بیمه‌ای است

برای درک بهتر این موضوع گفت و گویی با کامران فرهادسرسخت، مدیر بیمه‌های زندگی بیمه پارسیان داشته ایم که در ادامه آن را می‌خوانید. مدیر بیمه‌های زندگی بیمه پارسیان در پاسخ به این پرسش که مشخصات و ویژگی‌های طرح بیمه زندگی پارسیان چیست؟ به خبرنگار الفباخبر گفت: شرکت بیمه پارسیان جزء اولین شرکت‌های بیمه خصوصی محسوب می‌شود که پا به عرصه فعالیت و عرضه محصول عمر و سرمایه‌گذاری گذاشته است. پوشش‌های بیمه‌ای بیمه عمر و سرمایه‌گذاری شرکت بیمه پارسیان از حیث نوع و سرمایه‌های مورد تعهد، در وضعیت مناسبی می‌باشد. در بیمه عمر و سرمایه‌گذاری شرکت بیمه پارسیان، بیمه شدگان در حال حاضر می‌توانند تا سقف ده میلیارد ریال سرمایه را انتخاب نمایند که در صورت فوت احتمالی ایشان به افراد تعیین شده یا وراث قانونی آن‌ها پرداخت شود. از دیگر پوشش‌های اضافی بیمه عمر و سرمایه‌گذاری شرکت بیمه پارسیان می‌توان به پوشش پرداخت سرمایه اضافی در صورت فوت بیمه شده ناشی از حادثه، پوشش پرداخت سرمایه در صورت ابتلا به بیماری‌های خاص، پوشش پرداخت مستمری و سرمایه‌بیکاری در صورت از کارافتادگی دایم و کامل بیمه شده، پوشش معافیت از پرداخت کل حق بیمه در صورت از کارافتادگی دایم و کامل بیمه شده، پوشش پرداخت هزینه‌های پزشکی و کمک هزینه روزانه، در ایام بستری شدن بیمه شده در بیمارستان به علت حادثه و پرداخت سرمایه در صورت نقص عضو دایم بیمه شدگان، اشاره نمود. همچنین سود مشارکت در منافع بیمه عمر و سرمایه‌گذاری شرکت بیمه پارسیان در سال ۹۹، معادل ۲۲٪ بوده که به حساب اندوخته، بیمه‌نامه‌ها واریز شده است. یکی دیگر از محصولات شرکت بیمه پارسیان در حوزه بیمه عمر و سرمایه‌گذاری، بیمه نامه ای موسوم به بیمه عمر و سرمایه‌گذاری خانواده می‌باشد که پوشش‌های بیمه‌ای ارابه شده در آن در صنعت بیمه کشور خاص می‌باشد. در این بیمه، اعضای خانواده به همراه سرپرست خانواده، در یک بیمه نامه تحت پوشش قرار می‌گیرند و در صورتی که سرپرست (بیمه شده اول) قبل از بیمه شده دوم (سرپرست بالقوه دیگر بیمه نامه) فوت نماید، شرکت بیمه پارسیان پرداخت تمام حق بیمه‌های بیمه نامه را تا آخر قرارداد متعهد می‌گردد و بیمه نامه با همان پوشش‌ها بدون هیچ گونه آسیبی تداوم یافته و منافع بیمه‌ای و سرمایه‌گذاری را نصیب سرپرست جدید خانوار و سایر اعضای بیمه‌نامه ایشان می‌نماید. به دلیل ماهیت بلند مدت بیمه عمر و سرمایه‌گذاری، یکی از مهمترین پارامترها برای شهروندان عزیز برای انتخاب



الفباخبر، سال‌ها است که صنعت بیمه به دنبال گسترش فرهنگ بیمه در میان جامعه است تا بتواند علاوه بر جذب مشتری، بیمه را در میان افراد جامعه قابل درک کند. یکی از مهم‌ترین حوزه‌ها در میان تمامی خدمات بیمه‌ای بیمه‌نامه عمر است و این بیمه نامه در دنیا به واسطه دلایل متعدد در رده بالاترین میزان فروش قرار گرفته است. اما در ایران ضریب نفوذ این بیمه نامه تا حد چشمگیری پایین و دور از انتظار است و بر همین مبنا تصمیم گرفته‌ایم تا شما را با یک بیمه‌نامه از شرکتی خاص آشنا نماییم.

بیمه پارسیان براساس قانون تاسیس موسسات بیمه غیر دولتی و طی مجوز شماره ۵۲۰۰ بیمه مرکزی ایران در عرصه بیمه کشور آغاز به کار نموده است. سرمایه شرکت در حال حاضر پنج هزار میلیارد ریال می‌باشد. فعالیت بیمه پارسیان به استناد قانون تاسیس موسسات بیمه غیردولتی و قانون تاسیس بیمه مرکزی ایران به موجب پروانه شماره ۵۲۰۰ مورخ ۱۳۸۲/۲/۲۸ و اخذ مجوز فعالیت در انجام کلیه امور بیمه‌های بازرگانی اعم از بیمه‌های اموال، مسوولیت و اشخاص می‌باشد. در حال حاضر بیمه پارسیان از نظر سرمایه (پنج هزار میلیارد ریال) و سهم بازاری بیمه‌های خصوصی، بزرگترین بیمه خصوصی ایران محسوب می‌گردد.

الفباخبر - گروه بیمه: اگر به دنبال خرید بیمه عمر هستید، حتما نام بیمه عمر شرکت پارسیان به گوشتان خورده است. بیمه عمر می‌تواند هم برای سرمایه‌گذاری و هم برای داشتن پوشش‌های بیمه‌ای مناسب، یک پیشنهاد خوب می‌باشد.



در هر سازمان درگیر آن می‌باشند. پس از برنامه ریزی استراتژیک و تدوین استراتژی‌ها در شرکت بیمه پارسیان و قرار گرفتن موضوع تحول در بیمه‌های زندگی در میان استراتژی‌های سازمانی، این مدیریت مبادرت به برنامه ریزی عملیاتی جهت تحقق و دستیابی به این استراتژی نموده است. پروژه‌های تعریف شده در این برنامه ریزی پس از تصویب مقامات ارشد سازمان، مورد اجرا و پایش قرار خواهند گرفت. برخی از اهم برنامه‌های ایجاد تحول در بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری در شرکت بیمه پارسیان شامل تغییرات ساختاری و مدیریت بیمه‌های عمر انفرادی و تفکیک مدیریت فنی و فروش و ایجاد سازمان فروش بیمه‌های زندگی، غنی‌سازی محصول فعلی از جنبه افزودن پوشش‌های جدید بیمه‌ای بر اساس مطالعات اکچوئرال، تمرکز فنی و تخصصی روی مباحث اکچوئری و استفاده از آن در حوزه‌های مختلف بیمه عمر نظیر طراحی محصول، تجزیه تحلیل داده‌ها، طراحی مدل‌های پیش‌بینی و غیره، پیاده‌سازی بیمه مستمری، بهبود جداول ریاضی بیمه‌های عمر، و تغییر در ساختار سرمایه‌گذاری ذخایر ریاضی بیمه‌نامه، برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای آموزشی، انگیزش، رقابتی و غیره، توسعه شبکه نمایندگان فروش بیمه‌های عمر بر اساس مدل‌های نوین بازاریابی و فروش، ارائه طرح‌های رفاهی برای نمایندگان و راهبران فروش، ایجاد دپارتمان‌ها و ادارات جدید در شعب بیمه‌ای کشور، ایجاد شعب تخصصی بیمه‌های زندگی، بازنگری و مهندسی مجدد فرآیندهای صدور، خدمات پس از صدور و غیره و ایجاد تسهیل و تسریع در کیفیت و سرعت خدمات و برنامه‌هایی از این دست می‌باشد، همانطور که پیداست بخش‌های مختلفی در سازمان می‌بایست جهت‌گیری و فعالیت‌های خود را بر اساس توسعه و تحول در بیمه‌های زندگی متمرکز و معطوف سازند که به امید خدا این مهم محقق خواهد شد.

شایان ذکر است در حوزه محصول همانطور که عنوان شد، طرح بیمه مستمری در آستانه اخذ مجوز از نهاد محترم ناظر و سپس پیاده‌سازی سیستمی می‌باشد. همانطور که پیش‌تر توضیح داده شد، غنی‌سازی پوشش‌های بیمه‌های عمر از حیث ارتقای سرمایه مورد تعهد و افزودن بیماری‌های جدید به مجموعه پوشش‌های آن، همچنین انجام تغییراتی در محصول فعلی و افزایش سطح ریسک‌پذیری بیمه‌نامه‌های صادره، امکان تعدد در وام‌های پرداختی به بیمه‌گذاران، تغییر ساختاری در بحث سرمایه‌گذاری، از دیگر برنامه‌های توسعه محصول می‌باشد. ضمن آن‌که در خصوص ارائه بیمه‌نامه عمر سرمایه‌گذاری به کارکنان شرکت‌ها و موسسات فعال کشور (در قالب طرح‌های فروش جمعی) نیز، این شرکت آمادگی دارد تا با مذاکره و ارائه طرح‌های بیمه‌ای با تخفیفات مناسب نسبت به عقد قرارداد و ارائه خدمات اقدام نماید.

بیمه‌گر، توانگری مالی و قدرت بیمه‌گری شرکت بیمه می‌باشد که متضمن بقای شرکت و ایفای تعهدات آن در قبال بیمه‌گذاران، بیمه‌شدگان و سایر ذی‌نفعان می‌باشد. که شرکت بیمه پارسیان از این حیث جزء شرکت‌های قدرتمند و توانگر در صنعت بیمه کشور محسوب می‌شود. و در بخش محصول نیز به امید پروردگار در آینده نزدیک شاهد نوآوری و تغییرات خوبی خواهیم بود.

فرهاد سرشت در رابطه با مزیت‌های بیمه عمر پارسیان در بخش پوشش‌های درمانی برای بیمه‌گذاران افزود: پوشش اضافی امراض خاص (پرداخت سرمایه در صورت ابتلا به بیماری‌های صعب‌العلاج) در بیمه پارسیان جز پوشش‌های درمانی قابل‌ارایه به بیمه‌گذاران می‌باشد. در این پوشش تکمیلی، بیمه‌گر متعهد می‌شود در صورتی که بیمه‌شده، به یکی از بیماری‌های تحت پوشش شامل انواع سرطان‌ها، سکته مغزی، سکته قلبی، عمل جراحی بای پس عروق کرونر و تعویض دریچه قلب، تومور مغزی و نخاعی (در صورتی که دسترسی به آن‌ها امکان‌پذیر نباشد یا ضایعات غیر قابل برگشت همراه داشته باشد) و پیوند اعضای اصلی بدن مبتلا گردد، معادل سرمایه فوت بیمه‌نامه تا سقف یک میلیارد و پانصد میلیون ریال را به ایشان پرداخت نماید. این پوشش از بدو تولد بیمه‌شده تا سن ۶۰ سالگی قابل‌ارایه می‌باشد. ضمن آن‌که شرکت بیمه پارسیان در نظر دارد تعداد بیماری‌های تحت پوشش، این پوشش اضافی را به میزان قابل توجهی ارتقا داده و سقف سنی ارائه پوشش را نیز تا سن ۶۵ سالگی افزایش دهد.

همچنین به منظور حمایت از بیمه‌گذاران، طرح فروش بیمه‌نامه درمان خانواده، برای دارندگان بیمه‌های عمر سرمایه‌گذاری ارائه می‌شود، در این طرح، دارندگان بیمه‌نامه عمر سرمایه‌گذاری که شرایط لازم را احراز نمایند، می‌توانند نسبت به خرید بیمه‌نامه درمان خانواده اقدام نموده و از پوشش‌های متنوع درمانی در قالب، چهار طرح نخستین، برنزی، نقره‌ای و طلایی بهره‌مند گردند.

اساساً تحول در حوزه بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری یک فرآیند فرامدی‌ریتی و در اصل سازمانی محسوب می‌شود که بسیاری از بخش‌ها و سطوح مختلف در هر سازمان درگیر آن می‌باشند.

وی در خصوص اهداف و برنامه‌های بیمه پارسیان برای رشد، توسعه و تحول این حوزه در صنعت بیمه بیان کرد: اساساً تحول در حوزه بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری یک فرآیند فرامدی‌ریتی و در اصل سازمانی محسوب می‌شود که بسیاری از بخش‌ها و سطوح مختلف

گفتگو با اردشیر عامری سیاهوئی، سرپرست شعبه بندرعباس؛

از اهم اهداف این شعبه، افزایش سهم از بازار و حفظ و نگهداشت مشتریان می‌باشد



خداوند متعال و برنامه‌ریزی سه ساله، بواسطه حضور پرسنل توانمند و وفادار نسبت به شرکت و شبکه فروش تلاشگر در سطح استان با تمام توان سعی بر آن دارد در مسیر برنامه‌ریزی شده گام بردارد و خوشبختانه با حمایت‌های مدیر امور شعب و سرپرست منطقه جنوب شرق کشور و سایر مدیران ستادی که هریک نقش بسزایی در تعالی شعبه بندرعباس داشته‌اند این شعبه رشد و عملکرد مناسبی داشته است.

محبوبیت برند پارسیان در این استان چقدر است؟

شرکت بیمه پارسیان بواسطه مدیریت خردمندانه و با تدبیر آقای اوپارحسین نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل و خدمات بسیار ارزنده ایشان در صنعت بیمه موفق به کسب جایگاه ویژه‌ای در بین شرکت‌های بیمه شده و همواره به‌عنوان بیمه‌گر شایسته برای مشتریان و بیمه‌گزاران وفادار خود می‌باشد، همچنین به‌عنوان بزرگترین بیمه‌گر خصوصی در کشور یک شرکت بیمه خوش نام به واسطه حضور نیروهای متعهد و حرفه‌ای و پایبند به اصول و موازین بیمه‌ای شناخته می‌شود. شرکت بیمه پارسیان در بندرعباس سعی بر آن دارد با ارائه خدمات مطلوب بوسیله افزایش توان فنی و ارتباطی کارکنان و شبکه فروش در جهت افزایش رضایت مشتریان و اعتلای برند بیمه پارسیان در سطح استان قدم بردارد.

لطفاً خودتان را معرفی نمایید و از سوابق خود بفرمایید.

با نام و یاد خداوند متعال

سلام و عرض ادب خدمت خانواده معزز شرکت بیمه پارسیان از کرانه‌های دریای خزر تا سواحل نیلگون خلیج تا اید فارس، اینجانب اردشیر عامری سیاهوئی فارغ التحصل رشته مدیریت بازرگانی از دانشگاه آزاد اسلامی در مقطع کارشناسی ارشد می‌باشم که از سال ۱۳۸۵ به‌عنوان عضو کوچکی از صنعت فاخر بیمه درآمدم و از سال ۱۳۸۹ افتخار همکاری با شرکت بیمه پارسیان را داشته و با عنایت مدیرعامل از مهر ماه به‌عنوان سرپرست شعبه بندرعباس منصوب شدم.

به نظر شما موفقیت‌ها و ویژگی‌های خاص

بیمه پارسیان در این شعبه کدام‌اند؟

وقتی ذهن خود را برای رسیدن به هدفی آماده می‌کنید باید به خود این فرصت را بدهید که آن را انجام دهید. شعبه بندرعباس با استعانت از

شرکت بیمه پارسیان در بندرعباس سعی بر آن دارد با ارائه خدمات مطلوب بوسیله افزایش توان فنی و ارتباطی کارکنان و شبکه فروش در جهت افزایش رضایت مشتریان و اعتلای برند پارسیان در سطح استان قدم بردارد.



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 ارکان رشد و تعالی یک سازمان می‌باشد که اینک بزرگی می‌فرمایند آموزش و یادگیری نیرومندترین سلاحی است که می‌توان با آن جهان را دگرگون کرد. همان‌گونه که مستحضرید شرکت بیمه پارسیان با حضور مدیر آموزش به‌عنوان یکی از برترین شرکت‌های بیمه در این زمینه شناخته شده است. اخیراً با حمایت‌های مدیر امور شعب و مدیر بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری، آموزش‌های مفیدی در زمینه بازاریابی و فروش این نوع بیمه‌نامه‌ها برگزار گردید، لکن علیرغم تاثیر مثبتی که این دوره‌ها در مخاطبان (شبکه فروش) دارد شور و اشتیاق در شبکه فروش به‌صورت مقطعی بوده و با گذشت زمان کم‌رنگ خواهد شد، لذا برگزاری دوره‌های انگیزشی و بازاریابی به‌صورت مستمر تاثیر شگفت‌انگیزی در شبکه فروش خواهد داشت. همچنین در شرایط کنونی با وجود پاندمی کرونا و استرس همکاران در شعبه، نیاز به وجود آموزش‌های خارج از مباحث بیمه‌ای نظیر فن بیان و بازاریابی، روانشناسی و ایجاد انگیزه در کارکنان می‌باشد که می‌بایست مورد توجه قرارگیرد.

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

شعبه بندرعباس با برنامه‌ریزی سه ساله از سال ۱۳۹۷ در راستای نیل به اهداف عالی سازمان قدم برداشته و در ۹ ماهه سال جاری موفق به کسب جایگاه نخست شعب کشور در زمینه رشد و دستیابی به اهداف تعیین شده گردید که این امر نتیجه تلاش صادقانه و بی‌بدیل پرسنل شعبه و به ویژه حمایت‌های همه جانبه مدیر امور شعب و سرپرست منطقه جنوب شرق کشور بوده است، اینجانب ضمن قدردانی از همکاران گرانقدرم در شعبه بندرعباس کمال تشکر و قدردانی را از آقای مقدم مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران و آقای نجفی سرپرست منطقه جنوب شرق کشور دارم.

در پایان بابت کسب این فرصت از شما دست اندرکاران نشریه چتر تشکر می‌نمایم و برای همه همکاران معزز و خانواده گرامیشان در جای جای میهن، آرزوی سلامتی و بهروزی دارم.

در پناه حق

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

در شرایط اقتصادی کشور و همچنین پاندمی کرونا که قطعاً در صنعت بیمه نیز اثرگذار می‌باشند می‌بایست به‌صورت مستمر و با برنامه‌ریزی جهت رسیدن به اهداف انتظاری در سال ۱۴۰۱ گام برداریم که در این راستا تمام تلاش خود را خواهیم کرد که ضمن تمرکز بر بحث فروش، نسبت به آموزش مستمر شبکه فروش و همکاران شعبه در تحلیلی ریسک و نهایتاً جلب رضایت مشتریان گام‌های موثری برداریم. استان هرمزگان دارای صنایع بالقوه در حوزه معادن، بنادر و دریانوردی، حمل و نقل و ترانزیت می‌باشد، حضور شبکه فروش در این صنایع بسیار حایز اهمیت خواهد بود لذا در راستای کسب حداکثری سهم شرکت بیمه پارسیان از پرتفوی این استان، جذب افراد توانمند در شبکه فروش جهت نفوذ در صنایع مهم استان و توسعه شبکه فروش و افزایش سهم بازار در رشته‌های سودآور و همچنین حفظ و نگه‌داشت مشتریان خرد و کلان که با شبکه فروش در ارتباط هستند و دارای پرتفوی بیمه‌ای در استان می‌باشند، از برنامه‌های جذب پرتفو و افزایش سهم بازار در سال آتی برای این شعبه خواهد بود. همچنین در سایر اقدامات برنامه‌ریزی شده، پیگیری مطالبات و وصول آن خواهد بود که با استعانت از خداوند متعال و با حضور همکاران و نمایندگان توانمند شعبه بندرعباس و حمایت‌های سرپرست منطقه جنوب شرق کشور و مدیران فنی و ستادی می‌تواند در شکوفایی شعبه بندرعباس تاثیرگذار باشد.

ارتباط شما با شبکه فروش چگونه است؟

در شرایط کنونی شبکه فروش به‌عنوان خط مقدم شرکت‌های بیمه در ارتباط مستقیم با مشتریان و بیمه‌گزاران خرد و کلان این شعبه می‌باشند. از این رو پشتیبانی و حمایت موثر به همراه نظارت مستمر بر عملکرد ایشان و در نهایت ایجاد انگیزه و آموزش بطور دایم در دستور کار این شعبه قرار دارد که از طریق جلسات ماهیانه و هفتگی به‌صورت مستمر در حال پیگیری و انجام می‌باشد. همچنین حسب رهنمودهای سرپرست منطقه جنوب شرق کشور، یکی از امور حایز اهمیت ارتباط موثر با کارگزاران بیمه در استان می‌باشد که نقش بسزایی در پرتفوی استان داشته و با عنایت به روابط موثری که با بیمه‌گزاران کلان استان دارند می‌توانند در افزایش سهم بازار و عملکرد مثبت شعبه موثر باشند.

تحول دیجیتال در صنعت بیمه، ریسک‌های پیش رو در صورت پیاده‌سازی و عدم پیاده‌سازی تحول دیجیتال



• ریسک تطبیق

با حرکت به سمت تحول دیجیتال قانون‌گذاران توجه فزاینده‌ای به بدهی‌های فنی داشته و مجازات‌های سنگین برای آن در نظر گرفته‌اند. در اتحادیه اروپا، چندین بانک برجسته اروپایی به دلیل نقض انطباقات مرتبط با فناوری اطلاعات و داده‌ها که ناشی از عدم رعایت دستورالعمل‌های راهنمای مشتری، بی‌نظمی فرآیندهای دیجیتالی و یا مسائل عملکردی و امنیتی در سیستم‌های اصلی بوده محکوم شده‌اند. لذا با حرکت به سمت تحول دیجیتال اهمیت ریسک تطبیق با قوانین و مقررات باتوجه به لزوم مطابقت فعالیت‌ها با مقررات محافظت از داده‌های عمومی GDPR بیش از پیش احساس خواهد شد. تناقض با قوانین در این زمینه ممکن است منجر به خروج مکرر مشتریان وفادار به دلیل سوء اعتماد و مسائل مربوط به شهرت و همچنین کاهش ارزش سهام شرکت نسبت به سهام‌گردد.

• ریسک سایبری

اتکای فزاینده به داده‌ها، افزایش به هم پیوستگی سیستم‌ها و استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی، خودکار سازی فرآیندهای سازمان و همچنین محاسبات ابری می‌تواند به افزایش ریسک سایبری، حملات هرکها و خرابی داده‌ها منتج گردد. لذا بیمه‌گران بایستی رویکردی جامع نسبت به امنیت سایبری و مدیریت ریسک‌های ناشی از آن داشته باشند. به طور مثال بایستی قابلیت‌های دفاعی در برابر «زنجیره کشتار» سایبری ایجاد نمایند. برای درک بهتر نسبت به در معرض ریسک‌های سایبری نیز بکارگیری تست استرس جهت اندازه‌گیری تأثیر ادعاهای خسارت سایبری همزمان در مقیاس بزرگ پیشنهاد می‌شود.

ریسک‌های پیش‌روی شرکت‌های بیمه در صورت پیاده‌سازی تحول دیجیتال

• ریسک جریانات کسب‌وکار

اگرچه بکارگیری فرآیندهای مشاوره خودکار از نظر مالی مقرون به صرفه بوده و به واسطه کاهش فروش نادرست و کاهش فراوانی رفتارهای نادرست کارکنان از اطمینان بالایی برخوردار است اما در صورت تغییر قوانین و مقررات احتمال اینکه الگوریتم بیمه‌نامه‌های اشتباه صادر کند وجود دارد. یک الگوریتم نادرست برنامه‌ریزی شده می‌تواند پیامدهای گسترده‌ای داشته باشد و تعداد زیادی از مشتریان نتایج نامناسب دریافت کنند. بنابراین مهم است که یک الگوریتم قبل از استفاده در عمل به دقت توسعه و آزمایش شود و متعاقباً نیز تحت بررسی و آزمایش قرار گیرد.

به طور خاص آنچه در ارتباط با ربات مشاور حایز اهمیت است این است که ربات مشاور نمی‌تواند کلیه محدودیت‌های مشاوره سنتی رودرو را حل کند. به طور مثال هنگامی که مشاوره کاملاً خودکار است، مشتری ممکن است فرصتی برای پرسیدن سؤال نداشته باشد یا اینکه مشتری فهم نادرست از توصیه‌های خودکار ارایه شده توسط سیستم داشته باشد. شناسایی شک و تردید در مشتری نیز یکی دیگر از چالش‌های مشاوره خودکار است.

• ریسک قیمت‌گذاری

بکارگیری منابع داده جدید و تجزیه و تحلیل‌های پیشرفته اگرچه به بهبود قیمت‌گذاری ریسک و اولویت‌بندی بهتر کسب کار منجر می‌گردد اما این احتمال نیز وجود دارد که فاکتورهای ریسک غیرمناسبی در قیمت‌گذاری و فرآیندهای بیمه‌گری به کار گرفته شود.



مانند فناوری، رسانه، مخابرات و بانکداری هستند.

با حرکت به سمت دیجیتالی شدن نحوه ارائه محصولات و خدمات نیز تغییر خواهد کرد و به طور فزاینده‌ای ماهیت آن محصولات و خدمات و حتی خود مدل کسب و کار نیز تغییر می‌کند. در این دنیای جدید فرصت‌های فراوانی برای شرکت‌های بیمه بوجود خواهد آمد که شرکت‌هایی که سریع و قاطعانه حرکت می‌کنند سریع‌تر از سایرین به آن‌ها دست می‌یابند. لذا با حرکت به سمت یکپارچه‌سازی، انتظارات مشتریان از نظر کیفیت و چابکی ارائه خدمات دیجیتال بیمه‌گران به میزان قابل توجهی افزایش می‌یابد و شرکت‌هایی که به سمت دیجیتالی شدن حرکت نکنند به طور فزاینده‌ای برای ایجاد بازدهی جذاب به چالش خواهند خورد و دیگر قادر به برآورده کردن انتظارات مشتریان نخواهند بود.

• ریسک ورود رقبای جدید از سایر بازارها

در سال‌های آتی، شرکت‌های غیر بیمه‌ای قدرتمند در حوزه تکنولوژی رقبای جدید بازار بیمه را شکل می‌دهند. بازیگران خارجی از شرایط همه‌گیری کرونا به عنوان فرصتی برای ورود به بازار بیمه استفاده نموده و تشویق به حرکت سریع‌تر در این زمینه شده‌اند. این شرکت‌ها در تلاشند بیش از پیش قابل توجهی در مورد داده‌های مشتری، ارتباط با مشتری قوی، صلاحیت لازم برای اکوسیستم دیجیتال و مهارت‌های تکنولوژیکی پیشرفته بدست آورده تا بتوانند محصولات جدید به بازار عرضه کنند. به عنوان مثال، تسلا شرکت بیمه خود را راه‌اندازی کرده است. آمازون نه تنها یک مدل راحت BYBC را در خرده‌فروشی ایجاد کرده است بلکه به محصولات خدمات مالی خود محصول بیمه شرکت‌های کوچک و متوسط SME را نیز اضافه کرده است. از این رو شرکت‌های دارای مهارت‌های تحلیلی و داده‌های بزرگ و همچنین پلتفرم‌هایی نظیر گوگل یا آمازون نه تنها محصولاتی با هدف‌گذاری مناسب و متناسب با نیاز مشتریان ارائه می‌دهند، بلکه مشتریان کم ریسک را مدنظر قرار می‌دهند. در نتیجه مدل سنتی کسب‌وکار بیمه‌گران که به موجب آن حق بیمه‌های جمع‌آوری شده از بیمه‌گزاران کم‌ریسک به پرداخت خسارت بیمه‌گزاران پرریسک کمک می‌کند به طور کلی تحت الشعاع قرار خواهد گرفت.

• ریسک ارائه محصولات نوآورانه توسط رقبا

در بلندمدت فرصت‌های مناسبی برای شرکت‌های بیمه در راستای ارائه محصولات نوآورانه و خدمات حفاظتی بوجود خواهد آمد. به عنوان مثال، نگرانی‌ها در مورد امنیت سایبری، شرکت‌ها و حتی خانوارها را ترغیب به خرید محصولات می‌نماید که نقض یا از دست دادن داده‌ها و آسیب‌هایی که ممکن است در پی آن باشد را تحت پوشش قرار دهد. از طرفی دیگر نصب دستگاه‌های متصل به خودرو در آینده چندان دور از انتظار نیست. نصب چنین دستگاه‌هایی به تولیدکنندگان خودرو این امکان را می‌دهد که به طور منحصربه‌فرد به داده‌هایی جهت ارزیابی دقیق ریسک مشتریان دسترسی داشته باشند. این شرکت‌ها می‌توانند به رانندگانی که نیاز به محصول بیمه دارند بسادگی دسترسی داشته و محصولات متنوعی بر اساس نیاز آن‌ها ارائه دهند. لذا شرکت‌های بیمه‌ای که این محصولات را ارائه نکنند از جذابیتشان نزد مشتری کاسته خواهد شد.

• ریسک نیروی انسانی

با افزایش سرعت تغییرات دیجیتال، بیمه‌گران بایستی کارکنان خود را از حیث مهارت‌های مورد نیاز مرتبط با مدیریت ریسک نظیر دانش در زمینه تجزیه و تحلیل‌های پیشرفته و آشنایی با علم داده ارتقا دهند. از طرفی در عصر دیجیتال شرکت‌های بیمه می‌توانند در اکوسیستم‌های دیجیتال جدید، تحلیل‌گری را به عنوان خدمت به سایر بازیگران ارائه کنند. لذا شرکت‌های بیمه بایستی دانش کارکنان خود را جهت ارائه مشاوره در این زمینه ارتقا دهند.

• ریسک شهرت

تحقیقات نشان می‌دهد جمع‌آوری مجموعه‌ای از داده‌ها می‌تواند مجموعه‌ای از مشکلات اخلاقی اجتماعی را به همراه داشته باشد. علی‌رغم توجیه اقتصادی استفاده از داده‌های شخصی (Bogoviz et al, ۲۰۱۹) مشکل عدم حفظ محرمانگی داده‌ها وجود دارد و این امر مستلزم ایجاد برخی ملاحظات اخلاقی می‌شود. در صورتی که فناوری تله‌ماتیک بکارگرفته شده برای کنترل رفتار مشتریان بتواند در چارچوب قانونی قراردادهای بیمه قرار گیرد، گرفتن داده‌ها از گردآورنده‌های شخص ثالث می‌تواند منجر به ریسک شهرت برای بسیاری از شرکت‌های بیمه شود. با توجه به هنجارهای اخلاقی که به زندگی خصوصی و آزادی شخصی وارد می‌گردد بایستی مقرراتی قانونی جهت نظارت بر این موضوع وجود داشته باشد.

• ریسک افزایش هزینه شرکت‌های بیمه

در نتیجه ادغام راه‌حل‌های فناوری اطلاعات با سیستم‌های اطلاعاتی موجود هزینه‌های زیادی به شرکت‌های بیمه وارد می‌شود. هزینه بالای فرآیند دیجیتالی‌سازی کسب‌وکار از جمله محدودیت‌هایی است که تقریباً همه محققان در نظر می‌گیرند. این مشکل به ویژه برای شرکت‌های متوسط و کوچک مهم است. برای حل این مشکل تشکیل یک اکوسیستم از طریق ادغام با سایر بازیگران بازار نظیر بانک پیشنهاد می‌گردد. (فدوروو، ۲۰۲۰؛ خوزاموف و همکاران، ۲۰۲۰).

• ریسک‌های پیش‌روی شرکت‌ها ناشی از عدم پیاده‌سازی تحول دیجیتال

• ریسک برآورده نکردن نیاز مشتریان

روندهای اصلی حاکی از آن است که صنعت بیمه از اختلالات تکنولوژی محور که سایر صنایع نیز با آن مواجه هستند مصون نیست. تقاضای مشتریان در حال تغییر است، مدل‌های عملیاتی سنتی تحت فشار بوده و بازیگران جدیدی در حال ظهور هستند.

امروزه تقاضای مشتریان به طور اساسی تغییر نموده و فشار فزاینده‌ای برای ایجاد "سوابق یکپارچه مشتری" ایجاد شده است که در آن بیمه به عنوان افزودنی به همراه سایر خدمات و کالاها قابلیت خریداری داشته باشد. لذا حضور بیمه‌گران در اکوسیستم‌های دیجیتال و به‌ویژه بازارهای دیجیتال که بر یک سری نیازهای خاص مشتریان متمرکز است از اهمیت بسزایی برخوردار است. خدمات بیمه‌ای که به طور فزاینده‌ای در چنین اکوسیستم‌هایی خریداری می‌شوند اغلب متعلق به بازیگرانی از صنایع دیگر

نکته هایی از کتاب:

آموزش و بهسازی منابع انسانی

با رویکرد صنعت بیمه

مؤلف: هادی اویار حسین، حسن یحیی زاده

ادامه از شماره قبل

مدیریت آموزشی

مدیریت آموزشی به معنی عام، برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، هدایت، هماهنگی و نظارت و ارزشیابی فرآیند آموزش تعریف شده است. اما مدیریت به معنی خاص، به صورت‌های زیر تعریف می‌شود:

• مدیریت آموزشی، راهنمایی، مددکاری و ایجاد محیط مناسب برای فعالیت آموزشی است.

• مدیریت آموزشی، فراگردی اجتماعی است که مستلزم ایجاد، نگهداشتن، برانگیختن، کنترل کردن و وحدت بخشیدن نیروهای انسانی و مادی می‌باشد که به طور رسمی و غیررسمی در درون یک نظام واحد شکل و سازمان می‌یابند، تا هدف‌ها و مقاصد آموزشی را تحقق بخشند.

• مدیریت آموزشی، فرآیند هماهنگ کردن استعدادهای آدمی و بهره‌گیری از شرایط محیطی برای اهداف آموزشی است. (صافی، احمد ۱۳۷۳)

با توجه به آنچه گفته شد، مدیریت آموزشی غالباً به معنی خاص، مورد نظر است. یعنی مدیریت آن بخشی از فعالیت‌های سازمان‌های آموزشی است که مستقیماً با امر آموزش و پرورش و یادگیری مرتبط است. از جمله فعالیت‌های مربوط به برنامه‌های آموزشی، مواد و محتوای دروس، روش‌ها و وسایل آموزشی، مشاوره و راهنمایی تحصیلی، اقدامات آموزشی مکمل، امور معلمان و دانش‌آموزان می‌باشد. (علاقه‌بند، علی ۱۳۷۴)

ضرورت مدیریت آموزشی

امروزه، عصر مدیریت و رهبری است و موفقیت نهادها و سازمان‌ها تا حد زیادی به کارایی و اثربخشی مدیریت بستگی دارد. (میرکمالی، سیدمحمد ۱۳۷۸) ساخت نظام آموزشی هرکشوری در برگیرنده‌ی مجموعه‌ای از نیازهای سازمان‌های رسمی آن کشور بوده و عملکرد نظام آموزش و پرورش که مدیران آموزشی اداره آن را برعهده دارند، نه تنها از نظر پیشرفت اقتصادی و اجتماعی مهم است، بلکه از نظر تأییری که بر تحرک شغلی و انتظارات دارد، از اهمیت تعیین‌کننده‌ی برخوردار است. همچنین آموزش و پرورش، بهترین وسیله، برای ایجاد تغییر ارزش‌ها و رفتارها به شمار رفته و باعث می‌شود که افراد، به تناسب استعداد و رغبتی که دارند برای انجام خدمات‌های اجتماعی، اقتصادی، کسب مشاغل و در نتیجه آسایش فردی مهیا شوند. از این‌رو، از آغاز قرن اخیر، هیچ کشوری بدون توسعه در مؤسسات آموزشی و مدیران آموزشی تحصیلکرده و مجرب، مراحل توسعه و پیشرفت را طی نکرده است.

(قرائی مقدم، امان‌الله ۱۳۷۵)

بنابراین، با افزایش تعداد دانش‌آموزان در سطوح مختلف آموزشی، تأسیس

مدارس و مراکز آموزشی جدید، استخدام معلمان بیشتر و سرمایه‌گذاری بیشتر، ضرورت یافته است. از سوی دیگر، ضرورت در تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری، بهبود کیفی و ایجاد فرصت‌های برابر آموزشی برای همگان، نقش خطیر مدیریت نظام آموزشی را بارزتر ساخته است. (جهانپان، رمضان ۱۳۸۷)

اهداف مدیریت آموزشی

هدف کلی آموزش و پرورش در هر جامعه‌ای این است که هر فرد را طبق الگوی ارزش‌های فرهنگی، سیاسی، دینی و اجتماعی خود تربیت کرده و انسانی متناسب تحویل جامعه دهد. اهداف آموزش و پرورش سه نقش مهم در مدیریت آموزشی ایفا می‌کنند: اولاً به فراگرد آموزش و پرورش جهت می‌دهند، ثانیاً انگیزه‌ی حرکت و فعالیت را به وجود می‌آورند و ثالثاً ملاک‌های کنترل و ارزشیابی فعالیت‌های آموزشی را ایجاد می‌نمایند.

(علاقه‌بند، علی ۱۳۷۴)

مدیریت آموزشی، باید قبل از هر چیز اهداف آموزش و پرورش را به خوبی شناخته و آن‌ها را مورد بررسی قرار دهد و به کار بندد که برخی از آن‌ها عبارتند از:

• کمک به افراد سازمان آموزشی برای رسیدن به اهداف آموزش و پرورش

• راهنمایی اعضای سازمان برای تشخیص و درک بهتر هدف‌ها

• همکاری، کمک، تقویت و حمایت از اعضای سازمان آموزشی

• مشارکت افراد در تصمیم‌گیری و تبادل نظر آن‌ها و ایجاد مسئولیت‌های مشترک در سازمان آموزشی

• ایجاد روابط انسانی مطلوب و احترام متقابل بین مدیر و اعضای سازمان آموزشی

• شناخت نیازها و حل مشکلات دانش‌آموزان به منظور دستیابی به اهداف آموزشی

• توجه به تفاوت‌های فردی و کمک به کشف و بروز استعدادها دانش‌آموزان

• کمک و یاری به بهبود و اصلاح فرآیند آموزش و پرورش

• فراهم نمودن امکانات و زمینه مساعد برای بروز خلاقیت و ابتکار، به منظور رشد و بلوغ فکری اعضای سازمان

• ایجاد هماهنگی بین منابع و فعالیت‌های سازمان آموزشی. (قرائی مقدم، امان‌الله ۱۳۷۵)

مفهوم آموزش

برای معنی آموزش تعاریف بسیاری بیان شده است؛ برخی از متخصصان آموزش را عبارت می‌دانند از «کلیه کوشش‌هایی که در جهت ارتقای سطح



اهداف آموزش انواع، سطوح مهارت‌ها، توانایی‌ها، دانش و نگرش شرکت‌کنندگانی که برنامه کامل آموزش آن‌ها را در برمی‌گیرد مشخص می‌کند و هدف‌های مهم آموزش عبارتند از:

- ۱- کمک به تصمیم‌گیری راجع به روش‌های مناسب بر فعالیت کارکنان و نیازهای مربوط به دگرگونی.
- ۲- اهداف آموزش آن‌چه که انتظار می‌رود از آموزش دهنده و هم آموزش گیرنده را روشن می‌کند.
- ۳- اهداف آموزش مبنایی را برای ارزیابی برنامه بعد از اجرای آن فراهم می‌کند.

کرل و کوزمیت، شش هدف مهم آموزش را بدین ترتیب بیان می‌کنند:

- ۱- بهبود عملکرد
- ۲- به روز کردن اطلاعات کارکنان
- ۳- ترفیع شغل
- ۴- حل مسائل
- ۵- آماده سازی برای ترفیع
- ۶- آشنا سازی کارکنان جدید با اهداف سازمان

دکتر میر کمالی، هدف‌های آموزش نیروی انسانی را چنین بر می‌شمرند:

- ۱- هماهنگی با تغییرات و پیشرفت‌های علمی و تکنولوژی در جهان
- ۲- هماهنگی با تحولات سیاسی و اقتصادی جامعه
- ۳- هماهنگی با نیازهای جدید جامعه و ارباب رجوع
- ۴- کسب مهارت‌های ادراکی، فنی و روابط انسانی
- ۵- کسب نگرش درست و آمادگی برای ایجاد تغییر در سازمان
- ۶- تامین نیروی انسانی جدید به منظور جایگزینی
- ۷- فراهم آوردن زمینه‌های ترفیعات

ادامه دارد...



دانش و آگاهی، مهارت‌های فنی و حرفه‌ای و شغلی و همچنین ایجاد رفتار مطلوب در کارکنان یک سازمان به عمل می‌آید و آنان را آماده انجام و پذیرش مسئولیت‌های شغل خود می‌نمایند. سیف در کتاب خود با عنوان «روانشناسی پرورشی»، آموزش را هرگونه فعالیت یا تدبیر از پیش طرح‌ریزی شده‌ای که هدف آن ایجاد یادگیری در فراگیران می‌باشد، تعریف می‌نماید. (جباری، لطفعلی، ۱۳۸۰)

در بسیاری از کتب مدیریت، آموزش به عنوان یک ابزار مدیریت که نیازهای مهارتی و شغلی کارکنان را رفع کرده و موجب تحقق اهداف سازمان می‌شود، تعریف شده است. (سعادت، اسفندیار، ۱۳۸۵)

آموزش عبارت است از تمام فرآیندهای متعددی که به وسیله افراد ایجاد می‌شود تا صلاحیت‌های متناسب با شغل‌های کارکنان در حال و آینده کسب شود. (سیف، علی‌اکبر، ۱۳۸۱) و در همین زمینه، گاتر آموزش را نوعی کوشش نظام دار تعریف می‌کند که هدف اصلی آن عبارت است از هماهنگی و همسو کردن آرزوها، علایق و نیازهای آن افراد با نیازها و اهداف سازمان در قالب کارهایی که از افراد انتظار می‌رود؛ شاید بتوان این تعریف را مشابه تعریف گلدستاین دانست؛ او آموزش را یاد دادن نظام‌مند مهارت‌ها، قواعد، مفاهیم یا نگرش‌هایی می‌داند که در نهایت به بهبود عملکرد در یک محیط کار منجر می‌شود. (صائمیان، صدیقه، ۱۳۷۹)

به طور کلی آموزش در داخل سازمان‌ها به منظور بهبود و کسب مهارت‌های شغلی جدید، آماده شدن برای حرکت در مسیرهای شغلی مناسب و رفع نیازهای حرفه‌ای به کار می‌رود. (صدیق، بهروز، ۱۳۷۱)

تنها مفهوم کارآموزی، کارورزی یا تمرین عملی در یک زمینه بخصوص را در بر نمی‌گیرد، بلکه دامنه آن بقدری وسیع و گسترده می‌شود که از فراگیری یک حرفه و یا فن ساده شروع شده و به احاطه کامل بر علوم و فنون بسیار پیچیده، چگونگی رفتار و برخوردهای مناسب در مقابل مسایل انسانی، اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی منتهی می‌شود. (طاهری، شهنام، ۱۳۸۴)

آموزش نوعی یادگیری است که به دنبال آن تغییر پایداری در افراد ایجاد شود و یا توانایی انجام کار در افراد را افزایش دهد (رابینز، ۱۹۹۸).

منظور از آموزش، فراهم ساختن موجباتی است که فرد بتواند اطلاعات و معلومات، رفتار و مهارت‌های جدیدی را کسب کند، یا در صورت واجد بودن، آن‌ها را افزایش دهد و بهبود ببخشد. در روانشناسی کار، آموزش عبارتست از یک سری اقدامات منظم و برنامه‌ریزی شده که طی آن، فکر، رفتار، دانش و مهارت‌های لازم و مناسب برای انجام یک وظیفه شغلی به فرد منتقل می‌شود یا در او افزایش پیدا می‌کند (مقدمی پور، ۱۳۸۴).

اهداف آموزش نیروی انسانی

به طور کلی هدف هر فعالیت آموزشی، تغییر در رفتار عملی افراد می‌باشد که به افزایش مهارت و دانش در نزد فراگیران منجر شود، به طوری که کارکنان بتوانند شغل فعلی خود را به طور مؤثر و کارآمد انجام دهند.

آموزش دارای اهدافی از قبیل توسعه مهارت‌ها، تغییر رفتار و افزایش صلاحیت‌ها می‌باشد. (عباس‌زادگان سیدمحمد، ترک‌زاده جعفر، ۱۳۷۹)

کرل و کوزمیت معتقدند که:

در کوهنوردی مشترک شرکت های بیمه:

همکاران بیمه پارسیان به ارتفاعات درکه صعود کردند



در اولین جشنواره ورزشی صنعت بیمه که همزمان با دهه فجر انقلاب اسلامی برگزار شد، یکصد کوهنورد صنعت بیمه به صورت مشترک به ارتفاعات پلنگ چال صعود کردند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ بیمه مرکزی ج.ا.ا با برگزاری اولین جشنواره ورزشی در دهه فجر، یکی از برنامه‌های این جشنواره را به صعود مشترک کوهنوردان صنعت بیمه به ارتفاعات اختصاص داد. در این رویداد ورزشی گروهی از همکاران بیمه پارسیان نیز حضور داشتند و به ارتفاعات درکه صعود کردند.



جلسه مشترک بانک و بیمه پارسیان در منطقه شرق کشور برگزار شد



جلسات منظم بین بیمه و بانک پارسیان در این منطقه، بتوانند در پیشبرد اهداف و ارائه خدمات مناسب به بیمه‌گزاران و مشتریان، از دو خدمت بیمه و بانک به نحو احسن بهره‌برند.

در راستای همکاری‌های مشترک بیمه و بانک پارسیان منطقه شرق کشور، جلسه‌ای مشترک به میزبانی شعبه مشهد بیمه پارسیان برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ سرپرستان منطقه شرق کشور بیمه و بانک پارسیان جلسه‌ای با حضور روسای شعب در شعبه مشهد برگزار کردند که این جلسه با هدف تعامل و همکاری‌های بیشتر در جهت هماهنگی بین مراجعین، استفاده از خدمات و تسهیلات بیمه‌ای و بانکی به منظور ارائه بسته مشترک بانک و بیمه به مشتریان برگزار گردید.

بر اساس این گزارش؛ لعل نظامی سرپرست منطقه شرق بیمه پارسیان، در خصوص راهکارهای افزایش همکاری فی مابین پیشنهاداتی را ارائه نمودند و در ادامه نیز عابدینی سرپرست منطقه شرق بانک پارسیان، مواردی را در خصوص معرفی مشتریان خاص بیمه و بانک جهت ارائه خدمات و تسهیلات مناسب هریک از دو گروه عنوان نمودند.

در پایان نیز سرپرستان منطقه شرق کشور اظهار امیدواری کردند که با برگزاری



نماینده بیمه پارسیان از بیمه‌گزاران برتر این نمایندگی تقدیر کرد

امروزه در فضای کسب و کار نوین رضایت مشتریان، از رتبه و درجه بالایی برخوردار است و در این راستا نمایندگی حسام همواره سعی کرده در این مسیر قدم بردارد تا ضمن همکاری موثر با بیمه‌گزاران، خدمات و تسهیلات ویژه شرکت بیمه پارسیان را به بیمه‌گزار به خوبی منتقل نماید و با درک بیمه‌گزاران از ارزش خدمات شرکت، هر بیمه‌گزار سفیر برند بیمه پارسیان گردد.

فرزانه حسام نماینده بیمه پارسیان (کد ۵۲۲۴۷۰) از بیمه‌گزاران برتر این نمایندگی در شهر اهواز با اهدای لوح تقدیر، قدردانی کرد. براساس این گزارش نمایندگی حسام یکی از نمایندگان فعال شهر اهواز با برگزاری مراسمی از بیمه‌گزارانی که بیش از یک دهه از مشتریان شرکت بیمه پارسیان و این نمایندگی بوده‌اند و همچنین بیشترین و بالاترین پرتفو و کمترین ضریب خسارت را به خود اختصاص داده‌اند قدردانی کرد.



در انتخابات هیات ریسه شورای هماهنگی بیمه استان لرستان: ریس شعبه بیمه پارسیان به عنوان ریس شورا برگزیده شد



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با برگزاری انتخابات شورای هماهنگی استان لرستان، نادر فتحی کاوه رییس شعبه خرم‌آباد بیمه پارسیان، با اکثریت آرا به عنوان رییس شورای هماهنگی این استان انتخاب شد.

ریس سندیکای بیمه‌گران استان کردستان انتخاب شد



بر اساس گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در مراسم انتخاب سندیکای بیمه‌گران استان کردستان که با حضور روسای بیمه‌ای استان در شهر سنندج برگزار شد، شورش سلیمانپور رییس شعبه سنندج بیمه پارسیان به عنوان رییس سندیکای بیمه‌گران استان کردستان انتخاب شد.

در راستای افزایش سطح دانش بیمه ای: شعبه ساری بیمه پارسیان سمینار آموزشی مهندسی برگزار کرد

مهندسی ارایه شد. در ادامه این سمینار نیز نکاتی در خصوص نحوه محاسبه تعدیل و افزایش سرمایه و مواردی پیرامون خسارت و نحوه برخورد شرکت های بیمه با خسارت مطرح شد.

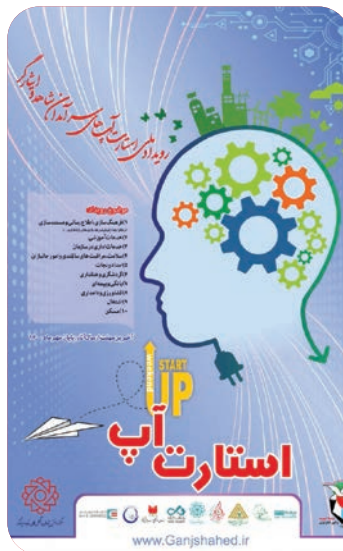
شرکت آب منطقه ای استان مازندران در حال حاضر یکی از بیمه گزاران بالقوه شعبه ساری محسوب می گردد و پتانسیل خوبی در خصوص افزایش تعاملات بیمه ای دارد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ شعبه ساری با توجه به امضای تفاهم نامه همکاری با شرکت آب منطقه ای استان مازندران، اقدام به برگزاری سمینار آموزشی با هدف افزایش سطح دانش بیمه ای کارکنان و مدیران این شرکت کرد.

بر اساس این گزارش، در این سمینار آموزشی که با حضور مدیر بیمه های مهندسی بیمه پارسیان و سرپرست اداره بیمه های هواپیما برگزار شد، توضیحاتی در خصوص انواع بیمه نامه های مهندسی، بیمه تمام خطر و کلوزهای بیمه های



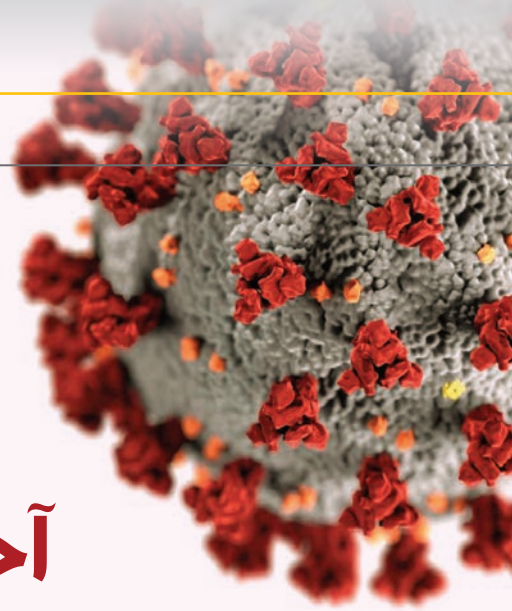
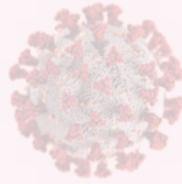
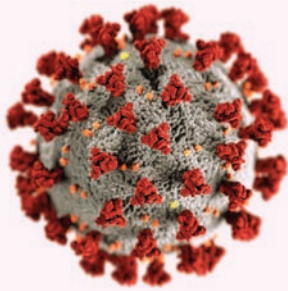
همکار بیمه پارسیان رتبه چهارم رویداد ملی استارت‌آپ‌های کشور را کسب کرد



با برگزاری رویداد ملی استارت‌آپ های سرآمدان شاهد و ایثارگر کشور، همکار شعبه بندر انزلی بیمه پارسیان رتبه چهارم کشوری این رویداد را کسب کرد.

بر اساس این گزارش، این رویداد با حضور ۷۰۰ نخبه استارت‌آپ از استان‌های سراسر کشور در پاییز سال ۱۴۰۰ در استان‌های کرمانشاه، گیلان، قم، تهران بزرگ و خراسان رضوی برگزار گردید و تیم های شرکت کننده در مرحله استانی این رقابت ها در دو سطح ۳ و ۴ به رقابت پرداختند و در ادامه ۱۰ استارت‌آپ برتر به مرحله نهایی راه یافتند که ابراهیم قاسمی عضو اصلی تیم استارت‌آپ پارسی اپ در سطح ۴ (سطح برتر)، مقام چهارم کشوری و دوم منطقه ای ۸ استان شمالی کشور را از آن خود کرد.

پارسی اپ یک استارت‌آپ فعال در حوزه مالی می باشد که کاربردهای اصلی آن شامل پرداخت از طریق بارکد، توسعه کسب وکار و ارایه خدمات به مشاغل می باشند.



آخرین پروتکل های کرونا

• مترجم: دکتر علیرضا حساس و دکتر آیدا فرهادزاده

تعاریف

- **قرنطینه:** به استراتژی جلوگیری از انتقال کووید ۱۹ با دور نگاه داشتن افرادی که در ارتباط نزدیک با افراد مبتلا به کووید ۱۹ بوده اند گفته می شود
- **جداسازی:** جدا بودن فرد مبتلا به بیماری (دارای تست +) از سایرین حتی اگر بدون علامت باشد
- **در معرض بیماری بودن:** ارتباط با فردی که به بیماری کووید ۱۹ مبتلا بوده به گونه ای که احتمال ابتلا افزایش یابد
- **تماس نزدیک:** داشتن فاصله کمتر از ۱/۸ متر با فرد مبتلا در مدت زمان ۱۵ دقیقه یا بیشتر در طول ۲۴ ساعت
- **روز صفر:** روز جواب تست مثبت یا شروع علائم بالینی یا روز تماس

در صورت تماس با فرد بیمار، چه کسانی قرنطینه لازم ندارند؟

- افراد بالای ۱۸ سال که سه دوز واکسن را زده اند.
- افراد ۵ تا ۱۷ سال که دو دوز واکسن زده اند.
- کسانی که در طی ۹۰ روز گذشته بیمار بوده اند. (تست + داشته اند)
- این افراد از ماسک مناسب به مدت ۱۰ روز از زمان تماس نزدیک با فرد مبتلا به کرونا استفاده نماید لازم به ذکر است روز تماس روز صفر حساب می شود.
- در صورت نیاز به انجام تست PCR بهتر است این تست در روز پنجم انجام شود
- در صورتیکه فرد در ۹۰ روز گذشته بیمار بوده است نه نیاز به قرنطینه داشته و نه نیاز به انجام تست PCR دارد و تنها از ماسک مناسب به مدت ۱۰ روز استفاده نماید.

در صورت تماس با فرد بیمار، چه کسانی قرنطینه لازم دارند؟

- افراد بالای ۱۸ سال که دوز سوم واکسن خود را تزریق نکرده اند
- کسانی که دوزهای اولیه خود را کامل نکرده اند
- کسانی که واکسن نزده اند

در زمان قرنطینه چه کار کنیم؟

- از آخرین تماس با فرد مبتلا به کووید ۱۹ به مدت ۵ روز در خانه باقی بمانید (جداسازی از روز صفر تا آخر روز پنجم)
- در صورتی که مجبور هستید در نزدیک سایر افراد در منزل باشید از

ماسک مناسب استفاده نمایید

- به مدت ۱۰ روز بعد از آخرین تماس با فرد مبتلا به کووید ۱۹، تب ۳۸ درجه و بالاتر، سرفه، تنگی نفس و سایر علائم بیماری کووید ۱۹ رصد نمایید.
- در صورت بروز علائم بلا فاصله تست PCR انجام دهید و تا اعلام جواب تست خود را از سایرین جدا کنید.
- اگر علائمی ندارید ۵ روز بعد از تماس نزدیک با بیمار کووید ۱۹ تست PCR انجام دهید.
- اگر تست منفی بود می توانید از خانه خارج شوید و از ماسک مناسب به مدت ۱۰ روز در خانه و مجامع عمومی استفاده نمایید.
- اگر تست مثبت بود از تاریخ تست مثبت خود را به مدت ۵ روز جدا کنید (روز تست مثبت روز صفر است).
- اگر علائمی بروز کرد از شروع علائم به مدت ۵ روز خود را جدا نمایید. (روز بروز روز صفر است)
- اگر بعد از تماس نزدیک با فرد مبتلا به کووید ۱۹ تست PCR انجام نداده اید بعد از ۵ روز جدا بودن، به مدت ۱۰ روز دیگر اگر در کنار دیگران قرار می گیرید از ماسک مناسب استفاده کنید
- اگر نمی توانید از ماسک استفاده کنید، به مدت ۱۰ روز در قرنطینه بمانید
- در مدت ۵ روز قرنطینه مسافرت نروید.
- در صورت تست منفی و یا نداشتن هیچگونه علائمی بعد از ۵ روز مسافرت کردن مجاز است.
- اگر تست انجام نداده اید به مدت ۱۰ روز مسافرت نروید.

جداسازی

- «جداسازی یعنی جدایی افراد مبتلا به کووید ۱۹ از سایر افراد»
- بیماران کسانی هستند که:
- تست مثبت دارند
- یا کسانی که علامت دارند و منتظر جواب تست هستند
- یا کسانی که علامت دارند ولی تست نداده اند
- تمام افراد مبتلا به کووید ۱۹ باید به مدت ۵ روز از سایرین جدا باشند (روز تست + و شروع علائم روز صفر حساب می شود)
- تمام بیماران در خانه باید خود را از سایرین جدا نمایند
- در صورتیکه در منزل به اجبار در کنار سایرین قرار می گیرند باید از ماسک مناسب استفاده نمایند

- استفاده نمایید
- به مدت ۱۰ روز از حضور در مکان‌هایی که نمی‌توانید از ماسک استفاده کنید مثل رستوران و باشگاه ورزشی خودداری نمایید. در مدت ۱۰ روز از غذا خوردن نزدیک دیگران بپرهیزید
- اگر بعد از بروز بیماری می‌خواهید تست PCR انجام دهید بعد از ۵ روز از شروع علائم به شرط نداشتن تب به مدت ۲۴ ساعت بدون استفاده از تب بر باشد.
- اگر تست کماکان مثبت بود تا روز ۱۰ام خود را جدا نمایید.
- اگر بعد از آن تست شما منفی شد می‌توانید از جدا سازی خارج شده ولی به مدت ۱۰ روز دیگر از ماسک مناسب استفاده نمایید.

جداسازی برای کسانی که تست مثبت دارند ولی علامتی ندارند:

- اگر تست مثبت است ولی علامتی وجود ندارد خود را به مدت ۵ روز از سایرین جدا نمایید (روز تست + روز صفر می باشد)
- بعد از پایان ۵ روز جداسازی را خاتمه داده ولی تا روز ۱۰ام از ماسک مناسب استفاده نمایید
- اگر نمی‌توانید از ماسک استفاده کنید خود را ۱۰ روز از سایرین جدا نمایید
- اگر بعد از تست مثبت علامت دار شدید، روز علامت دار شدن روز صفر بوده و پس از آن به مدت ۵ روز خود را از سایرین جدا نمایید
- در طول ۵ روز جداسازی مسافرت نروید
- در صورت پایان جداسازی هم تا مدت ۱۰ روز از شروع علائم بیماری مسافرت نروید
- اگر در طول روزهای ۶ تا ۱۰ مجبور به مسافرت هستید از ماسک مناسب استفاده نمایید
- کسانی که به شدت بیمار بوده اند، بستری شده اند و یا از لوازم کمک تنفسی استفاده کرده اند باید به مدت ۱۰ تا ۲۰ روز خود را از سایرین جدا نمایند

• منبع: سازمان بهداشت جهانی

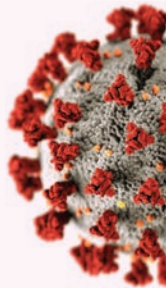
- بعد از ۵ روز جدا سازی این افراد باید به مدت ۵ روز دیگر در تمام مدت از ماسک مناسب استفاده نمایند
- بیماران کووید ۱۹ حتی با وجود انجام واکسیناسیون باید از سایرین جدا باشند.

در جداسازی چه کاری انجام دهیم؟

- علائم خود را رصد کنید و در صورتی که علائم شدید پیدا کرده اید مثل بروز مشکلات تنفسی به بیمارستان مراجعه کنید
- در صورت امکان در اتاق مجزا بمانید
- در صورت امکان از دستشویی و حمام مجزا استفاده نمایید
- در صورت امکان تبادل هوایی منزل را بهبود ببخشید
- از تماس با سایر افراد و حیوانات خانگی پرهیز کنید
- لوازم شخصی خود را با کسی قسمت نکنید
- در صورتی که در کنار سایرین قرار می‌گیرید از ماسک مناسب استفاده کنید

پایان جدا سازی بیماران کووید ۱۹:

- اگر بیماری کووید ۱۹ دارید خود را به مدت ۵ روز از سایرین جدا کنید
- ۵ روز شروع علائم یا تست + روز صفر می باشد
- در پایان ۵ روز اگر به مدت ۲۴ ساعت بدون استفاده از تب بر، تب نداشته باشید می‌توانید از جدا سازی خارج شوید
- بعد از ۵ روز جداسازی با ماسک مناسب می‌توانید در کنار سایرین در خانه و یا در مجامع عمومی به مدت ۵ روز دیگر قرار بگیرید
- اگر نمی‌توانید از ماسک استفاده کنید خود را به مدت ۱۰ روز جدا نمایید
- اگر بعد از ۵ روز علامت دارید تا زمانی که بدون استفاده از تب بر به مدت ۲۴ ساعت تب نداشته باشید باید از سایرین جدا باشید
- در طول ۵ روز جداسازی مسافرت نروید
- در صورت پایان جداسازی هم تا مدت ۱۰ روز از شروع علائم مسافرت نروید
- اگر در طول ۶ تا ۱۰ مجبور به مسافرت هستید از ماسک مناسب



با جوایز ویژه

جشنواره نوبهار زندگی پارسیان

ویژه بیمه گزاران خوش حساب بیمه عمر و سرمایه گذاری

که در بازه زمانی ۱۴۰۰/۰۱/۰۱ لغایت ۱۴۰۱/۰۱/۳۱

اقدام به پرداخت حق بیمه نموده اند

و در طی مدت جشنواره فاقد حق بیمه معوق باشند



بیست‌وهشتمین همایش ملی بیمه و توسعه

“نقش صنعت بیمه در رونق اقتصادی با محوریت تحول دیجیتال”

28th National Conference on Insurance and Development (28th NCOID)
The Role of Insurance Industry in Economic Prosperity with the Main Focus on Digital Transformation



همایش ملی بیمه و توسعه

ISC SID

چکیده مقالات بیست و هشتمین همایش بیمه و توسعه



همایش بیمه و توسعه

با توجه به برگزاری بیست و هشتمین همایش ملی بیمه و توسعه با موضوع “نقش صنعت بیمه در رونق اقتصادی با محوریت تحول دیجیتال” طبق رسم هر ساله مقالات بسیاری توسط همکاران فعال بیمه پارسیان به بخش دآوری این همایش ارسال گردید. در ادامه خلاصه ای از مقالات ارایه دهندگان جهت اطلاع خوانندگان نشریه چتر منتشر می گردد. شایان ذکر است، با پیگیری مدیریت طرح و برنامه و حسب دستور هیات عامل شرکت از همکاران ارایه کننده مقاله با ارایه لوح تقدیر و پاداش قدردانی شد.

شناسایی شاخص‌های مدیریت دانش با رویکرد تحول دیجیتال در صنعت بیمه

● محمود رابطیان، مدیر آموزش و آذر بهرامی، کارشناس مسئول دانش

استراتژی‌های مدیریت اطلاعات بر استراتژی‌های دیجیتال مدیریت دانش، استراتژی‌های کسب و کار بر استراتژی‌های دیجیتال مدیریت دانش با تعدیل گری تجربه مشتری و استراتژی‌های کسب و کار بر استراتژی‌های دیجیتال مدیریت دانش با تعدیل گری توانگری تکنولوژی تاثیر دارد.

کلمات کلیدی: دانش، اشتراک دانش، عملکرد سازمانی، مهندسی دانش.

کارکنان شرکت بیمه پارسیان بودند. از ابزار پرسشنامه برای جمع آوری اطلاعات استفاده شد و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی و نرمافزار SPSS و PLS بهره گرفته شد. نتایج تحقیق نشان داد که بین اجرای بهینه تر سیستم مدیریت دانش با شاخص‌های فناوری اطلاعات، شاخص توانمندی ساختار و فرهنگ سازمانی، عنصر توانمندی مدیریتی و عنصر فرآیند مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد. نتایج تحقیق نشان داد که استراتژی‌های کسب و کار بر استراتژی‌های دیجیتال مدیریت دانش،

امروزه، تحول دیجیتال شرکت‌ها را مجبور می‌کند تا به سطح جدیدی از بهره‌وری و تکامل دیجیتال برسند. تحول دیجیتال در مدیریت دانش بر اساس اصل ترکیب‌پذیری به میکروسرویس‌ها اجازه می‌دهد تا در زمینه‌های مختلف، ارزشی را به کسب‌وکار ارایه کنند. هدف از انجام این پژوهش، شناسایی مؤلفه‌های مدیریت دانش و وضعیت پیاده‌سازی آن‌ها در شرکت‌های بیمه بود. روش پژوهش در این مطالعه از نوع کاربردی و به روش پیمایشی-توصیفی بوده است. جامعه آماری

بیمه‌های سایبری لازمه تحول دیجیتال در صنعت بیمه

● سیده آرزو پیش‌نمازاده؛ کارشناس تحلیل اطلاعات مشتریان
 علی دهره صبح، محمد اصغری علائی؛ کارشناس بیمه

و توسعه استارت‌آپ‌ها و فین‌تک‌ها آغاز شده دیگر کشورها نیز در صدد بهره‌برداری از انقلاب دیجیتال هستند. اکنون این سوال در ذهن ایجاد می‌شود که آیا می‌توان با تکیه بر صنعت بیمه این نوع فعالیت‌های اقتصادی را از ریسک‌ها و خطرات احتمالی مصون نگه داشت؟

کلمات کلیدی: تحول دیجیتال، بیمه سایبری، محصولات نوین بیمه‌ای، حمله سایبری، درز داده، هک

سایبری، هک سیستم‌های رایانه‌ای و سوءاستفاده از اطلاعات کسب‌شده، تغییر یافته است. امروز هرکس به هر طریق سعی می‌کنند حملات خود را توسعه بخشند؛ اگر تا دیروز هک کردن ایمیل‌ها و سرقت از حساب‌های بانکی افراد برایشان لذت‌بخش بود، امروز به دنبال ماهی‌های بزرگ‌تری می‌گردند. آن‌ها سعی دارند در سیستم بانک‌ها و شرکت‌های بزرگ نفوذ کنند. در چنین شرایطی و در حالی که رشد اقتصادی برخی کشورها بر پایه تحولات فناوری اطلاعات و ارتباطات

تحول دیجیتال در دو دهه اخیر چنان باشتاب پیش رفته که امروزه همه ابعاد زندگی انسان را با اینترنت، رایانه و تلفن هوشمند پیوند زده است؛ از اطلاعات و اموال فردی تا شبکه‌های حمل‌ونقل، امور مالی و حکمرانی همگی تحت سیطره هوش مصنوعی و سیستم‌های خودکار در حال خدمت‌رسانی به شهروندان هستند. اما علی‌رغم توسعه روزافزون زندگی مبتنی بر فناوری اطلاعات، جنس مخاطرات زندگی بشر نیز از کلاهبرداری‌ها و تهدیدهای سنتی و فیزیکی به سمت حملات

بررسی نقش تحول دیجیتالی استراتژی‌های بازاریابی بر بازار بیمه عمر در طول COVID-19

● محمود رابیطیان مدیر آموزش و حسن یحیی زاده، معاون مدیر آموزش و آذر بهرامی کارشناس مسئول دانش

خرید بود. علاوه بر این، مشارکت مشتری رابطه بین بازاریابی محتوا و ارتباط با قصد خرید را تعدیل کرد. این کار تحقیقاتی به طور کلی به بازاریابان بیمه عمر کمک می‌کند تا مدیران کانال‌های دیجیتال به صراحت نقاط قوت خود را در رابطه با پنج بعد استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال درک کنند.

کلمات کلیدی: بازاریابی دیجیتال؛ بیمه عمر؛ کووید-۱۹؛ رضایت مشتری؛ مشارکت مشتری؛ قصد خرید.

خرید برای اهداف کاربردی در نظر گرفته شد. برای مطالعه مشتریان بیمه عمر از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که روش‌های بهینه سازی موتورهای جستجو و بازاریابی موتورهای جستجو، نمایش و ارتباط با مشتری الکترونیکی به طور قابل توجهی بر رضایت مشتری و قصد خرید تأثیر می‌گذارد. رضایت مشتری به طور قابل توجهی بر قصد خرید تأثیر گذاشت و میانجی خوبی بین شیوه‌های بازاریابی دیجیتال و قصد

تمرکز بر استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال بیمه عمر در طول یک بیماری همه گیر و قفل و تعطیلی ناشی از آن توسعه یافت. این پژوهش به دنبال تجزیه و تحلیل تحول دیجیتالی شیوه‌های بازاریابی و قصد خرید حاصل از مشتریان بود و COVID-19 به عنوان یک بیماری همه گیر غالب و تأثیر آن بر تحول دیجیتالی استراتژی‌های بازاریابی در نظر گرفته شد. پنج بعد از استراتژی‌های دیجیتال مارکتینگ با هجده مورد و سه مورد رضایت مشتری و قصد

تحول دیجیتال در صنعت بیمه

● آیت اله ضیایی، مسئول باجه شهرضا

مجموع این عوامل حرکت بیمه به سمت تحول دیجیتال را به الزام تبدیل کرده است. در این میان واژه جدیدی به نام اینشورتک از سال ۲۰۱۰ در صنعت بیمه به گوش می‌رسد. اینشورتک اگرچه در نگاه اول از ترکیب کلمات بیمه و فناوری ایجاد شده است اما بررسی منابع نشان می‌دهد این کلمه شامل مفاهیمی است که بسیار فراتر از یک ترکیب ساده و تنها استفاده از فناوری در بیمه است.

کلمات کلیدی: تحول دیجیتال، صنعت بیمه، اینشورتک

خرده‌فروشی، بانک و صنعت گردشگری برایشان ایجاد می‌شود، در بیمه هم داشته باشند. مشتریان تمایل دارند خدمات مورد نظرشان را در هر زمان، هر مکان و هر کانال ارتباطی که برایشان سهولت بیشتری دارد، دریافت نمایند.

روندهای فناوری سرعت تحول بیمه را بیشتر و مقرون به صرفه‌تر می‌کنند. تحول بیمه با کمک فناوری‌هایی که به صورت گسترده توسط افراد جامعه مورد استفاده قرار می‌گیرد، پذیرش آن را ساده‌تر خواهد کرد.

صنعت بیمه یکی از صنایعی است که علی‌رغم بحران‌های اقتصادی جهانی به وجود آمده، به رشد خود ادامه می‌دهد و بازدهی بالایش را حفظ می‌کند. بیمه آمادگی تحول را دارد و متخصصان پیش‌بینی می‌کنند درصد تحول این صنعت در ۵ سال آینده با نرخ تحول آن در طول ۵۰ سال گذشته برابری کند. پتانسیل ایجاد تحول از یک سمت و برخی عوامل و پیش‌رسان‌ها از سمت دیگر، تقاضای دیجیتالی شدن این صنعت را افزایش می‌دهد. امروزه مشتریان توقع دارند همان تجربه‌ای که در



مرور سیستماتیک تاثیر بازاریابی دیجیتال بر افزایش سودآوری شرکت‌های بیمه

• داوود مقدم، مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران

آکادمیک و تحقیقاتی و مقایسه آن منابع است. نتایج نشان داد که بازاریابی دیجیتال تأثیر مثبتی بر تصمیمات خرید بیمه‌نامه دارد و آرایه دهندگان بیمه ارتباطات بیشتری با مشتریان فعلی خواهند داشت و با جذب مشتریان جدید سود بیشتری کسب خواهند کرد.

کلمات کلیدی: بازاریابی دیجیتال، صنعت بیمه، اینترنت، فناوری

آخر تجربه‌ها و تغییرات جدیدی را به خود دیده است و با تغییراتی اساسی و قابل توجه بر آن بوده است تا گام‌های مهمی را برای تطبیق خود با فناوری نوین بردارد که یکی از این فناوری‌های نوین، اینترنت و فعالیت بر اساس بازاریابی دیجیتال است. لذا، مطالعه حاضر قصد دارد تا تاثیر بازاریابی دیجیتال بر سودآوری شرکت‌های بیمه را تحلیل نماید. روش شناسی این تحقیق بر اساس تجزیه و تحلیل چندین منبع ادبی،

استفاده گسترده از فناوری‌های اینترنتی، نحوه ارتباط افراد و شرکت‌ها در جامعه را تغییر داده است. استفاده از این فناوری‌های نوین، صنایع و کسب و کارهای زیادی را در سراسر دنیا متحول کرده و نقش مهمی در چگونگی تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کنندگان امروزی دارد و عامل مهم گذار از رویکرد بازاریابی سنتی به سمت بازاریابی دیجیتال است. صنعت بیمه به عنوان یکی از کسب و کارهای سودآور و مهم دنیا در سال‌های

قابلیت‌ها و کاربرد فناوری‌های نوین در فرآیند ارزیابی ریسک (مطالعه موردی: بیمه مسئولیت کارفرما در قبال کارکنان)

• سید فرخ مطهر، مدیر بیمه‌های مهندسی و خاص

به شبکه داده شده و نتایج خروجی که مبتنی بر درجه ریسک خواهد بود، مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. در خاتمه، درجه ریسک محاسبه شده توسط سیستم شبکه عصبی با درجه ریسک بررسی شده توسط کارشناس در حالت واقعی مقایسه شده و نتایج لازم استخراج می‌گردد.

کلمات کلیدی: شبکه‌های عصبی مصنوعی، بیمه مسئولیت مدنی کارفرما در قبال کارکنان

فوق بهره جست. از جمله الگوریتم‌های جدیدی که بدین منظور در سال‌های اخیر بکار گرفته شده است، شبکه عصبی مصنوعی می‌باشد. استفاده از این شبکه‌ها به دلیل قابلیت بالای آن‌ها می‌تواند به عنوان یک مدلساز نزدیک به واقعیت مورد بررسی قرار گیرد. در پژوهش حاضر، ابتدا ساختار شبکه‌های عصبی مصنوعی بررسی شده و در ادامه، متغیرهای مؤثر بر ریسک بیمه‌های مسئولیت مدنی کارفرما در قبال کارکنان شناسایی و به عنوان داده‌های ورودی

در فرآیند ارزیابی ریسک بیمه‌های مسئولیت کارفرما در قبال کارکنان به عنوان یکی از پرکاربردترین نوع بیمه‌های مسئولیت در کشور، بنظر می‌رسد نقش محاسبات فنی کم‌رنگ می‌باشد. شاید بتوان دلیل این امر را ناشی از وجود متغیرهای فراوان و صرف زمان زیاد جهت عملیات محاسباتی به شیوه‌های سنتی در حل مسائل احتمالات دانست. از این‌رو لازم است از قابلیت‌های فناوری‌های نوین در جهت مدل‌سازی ارزیابی ریسک و غلبه بر موانع

بررسی ابعاد فناوری بلاکچین در صنعت بیمه و تاثیر آن بر معماری سازمانی شرکت‌های بیمه

• مرضیه جعفریان دیوکلای، کارشناس تحقیقات بازار

تحول دیجیتال و رشد فناوری اطلاعات به عنوان یک بخش پشتیبانی‌کننده، پژوهش حاضر که با روش کتابخانه‌ای انجام گرفته، با استناد به منابع موجود در پی آن است که ضمن تعریف مفاهیم «بلاکچین» و «معماری سازمانی» و کاربرد آن‌ها در شرکت‌های بیمه، نقش بلاکچین در معماری شرکت‌های بیمه را تبیین نماید.

کلمات کلیدی: بلاکچین، معماری سازمانی، صنعت بیمه، فناوری مالی، اینشورتک

کدام به گزینه‌های قبلی فهرست ارجاع می‌دهند را حفظ می‌کند و بدین وسیله در مقابله یا تضعیف یا بازنگری غیرمجاز تقویت می‌شود. از سوی دیگر معماری سازمان مجموعه‌ای است که به هم پیوسته از مدل‌های توصیف‌کننده جنبه‌های مختلف یک سازمان، که نحوه استفاده از منابع سازمانی را در راستای رسیدن به اهداف سازمان بیان می‌کند. معماری سازمانی نحوه مواجهه سازمان با مشکلات کسب و کار آینده را مشخص می‌کند و همچنین می‌تواند زیربنای ساخت‌های فناوری اطلاعات را با اهداف کسب و کار سازمان هماهنگ سازد و از

امروزه بلاکچین به عنوان انقلابی عظیم در فناوری اطلاعات محسوب می‌گردد که می‌تواند مدل‌های کسب و کار صنایع مالی را دستخوش تحولات شگرف نماید. یکی از اصلی‌ترین حوزه‌هایی که پیش‌بینی می‌شود به شدت تحت تاثیر این فناوری قرار گیرد صنعت بیمه می‌باشد. این صنعت به خاطر نیاز به هماهنگی و همکاری بین واسطه‌های مختلف که هر یک انگیزه‌های خاصی دارند، به شدت به فناوری بلاکچین نیاز دارد. بلاکچین یک نوع پایگاه داده توزیع شده و مبتنی بر اجماع است که به صورت مستمر فهرستی از رکوردها (رده‌ها) که هر

ارایه الگوی پارادایمی نظارت هوشمند الکترونیک در صنعت بیمه: بساخت گرایی اجتماعی (Social constructivism)

علیرضا امینی، کارشناس شعبه شرق

و کدگذاری انتخابی، کدگذاری و تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌ها در قالب شش مولفه محوری، علی، راهبردها، زمینه ای، مداخله‌گر و پیامدها ارائه گردیدند. در نهایت پیشنهاد گردید، معماری اطلاعات و استانداردهای داده‌های صنعت بیمه انجام گیرد؛ بسترهای مخابراتی مطمئن و پر ظرفیت فراهم شود و در نهایت بازنگری‌ها و مهندسی مجدد لازم در رویه‌ها و فرآیندها انجام پذیرد.

کلمات کلیدی

بیمه، نظارت هوشمند، الکترونیک، پارادایمی

بر بساخت گرایی اجتماعی است. این پژوهش با روش تحقیق کیفی و با ماهیت اکتشافی-بنیادی انجام گرفت. از طریق روش نمونه گیری هدفمند و تکنیک نمونه گیری گلوله برفی و براساس مصاحبه‌های عمیق نیمه استاندارد یا نیمه ساختاریافته با ۱۳ نفر از متخصصین دارای تجربه در حوزه بیمه و الکترونیک، داده‌های تحقیق جمع آوری شد و براساس نظریه داده بنیاد و با رویکرد سیستماتیک استراوس و کوربین، داده‌ها طی سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری

ابزار الکترونیکی هوشمند در سیستم‌های نظارتی نهادهای مالی و اقتصادی نقش مؤثر و راهبردی در حذف محدودیت‌های زمانی و مکانی سیستم‌های سنتی دارند، به نحوی که با توجه به پردازش سریع محلی و مرکزی اطلاعات، امکان دسترسی و مبادله سریع داده‌ها و به روز بودن آن‌ها، کنترل و نظارت هوشمند بر رویه‌ها و تراکنش‌ها را با دقت بالا میسر ساخته است. از این رو هدف اصلی این پژوهش ارایه یک الگوی پارادایمی در زمینه نظارت هوشمند الکترونیک در صنعت بیمه، مبتنی

ارزش آفرینی با فناوری اینترنت اشیا در مشتریان جزء صنعت بیمه (مطالعه موردی: بیمه پارسیان)

سمیه کجوری گشنیانی، مسئول امور دفتری معاونت برنامه ریزی توسعه بازار

است، همینطور قصد ادامه دریافت خدمات بر قصد تبلیغ کلامی مشتریان نیز تأثیر مثبت داشته است، اما سادگی کاربرد ادراک شده و موجودیت ادراک شده بر ارزش آفرینی مشترک ادراک شده تأثیر مثبت و معنی داری نداشت.

کلمات کلیدی

ارزش آفرینی، اینترنت اشیا، مشتریان جزء، صنعت بیمه

۲۳ گویه‌ای، با استناد بر تحقیقات (بالاجی و روی، ۲۰۱۷)، از نرم‌افزار SPSS19 و PLS استفاده شد. نتایج حاکی از آن است که عملکرد عالی ادراک شده بر ارزش آفرینی مشترک ادراک شده و قصد ادامه دریافت خدمات از اینترنت اشیا تأثیر مثبت و معنی داری داشته است، همچنین تقاضای زیباشناختی ادراک شده بر ارزش آفرینی ادراک شده و عملکرد عالی از اینترنت اشیا و قصد ادامه دریافت خدمات و قصد تبلیغ کلامی تأثیر مثبت و معنی داری داشته

در تحقیق حاضر به بررسی ارزش آفرینی با فناوری اینترنت اشیا در مشتریان جزء صنعت بیمه (مطالعه موردی، بیمه پارسیان) پرداخته شد. بدین منظور جامعه آماری این تحقیق شامل ۱۱۰ نفر از کارمندان بیمه پارسیان شهر تهران و آشنا به فناوری اطلاعات در صنعت بیمه می‌باشند که با استفاده از جدول مورگان تعداد نمونه آماری این تحقیق ۸۶ نفر لحاظ شد، جهت ارزیابی فرضیات تحقیق، داده‌های به دست آمده از پرسشنامه‌های محقق ساخته

تحلیل سیستماتیک تاثیر فناوری رایانش ابری بر سودآوری صنعت بیمه

فرهاد بازیار؛ رییس شعبه رشت

بر بهبود فضای کسب و کار بیمه را تحلیل نماید. نتایج تحقیقات نشان داد که فناوری رایانش ابری می‌تواند با مدیریت داده، کارایی هزینه، استقرار سریع و انعطاف پذیری، بهبود تجربه مشتری و مدیریت ریسک تغییرات مثبتی در فضای کسب و کار بیمه و سودآوری آن ایجاد نماید.

کلمات کلیدی

رایانش ابری، فناوری، صنعت بیمه، مدیریت، منابع

ایجاد می‌کند. صنعت بیمه یکی از رقابتی‌ترین و متنوع‌ترین صنایعی است که با محیط، فناوری و الزامات قانونی در حال تغییری سرو کار دارد تا رضایت مشتری را تضمین نماید. لذا این صنعت نیاز به فرآیندهای تجاری یکپارچه که توسط داده‌ها، برنامه‌ها، راه‌حل‌های محاسباتی و ارائه دهندگان خدمات حرفه‌ای پشتیبانی می‌شود را احساس می‌نماید. بنابراین، مطالعه حاضر قصد دارد با مرور سیستماتیک ادبیات تاثیر فناوری رایانش ابری

فناوری‌های جدید و پیشرو مانند کلان داده‌ها، بلاک چین، اینترنت اشیا و رایانش ابری به تدریج در حال تغییر محیط صنعت بیمه، نفوذ در فرآیندهای کسب‌وکار بیمه و سناریوهای مختلف و تغییر شکل منطقی زنجیره ارزش اکولوژیکی بیمه هستند. رایانش ابری از جمله فناوری‌های نوینی است که به عنوان مدلی نوآورانه برای منبع یابی خدمات فناوری اطلاعات در نظر گرفته می‌شود که برای شرکت‌های پذیرنده این فناوری ارزش



تحول دیجیتال صنعت بیمه؛ فرصت‌ها، چالش‌ها، استراتژی‌ها و پیامدهای آن در رونق اقتصادی و خدمات بیمه الکترونیک و نقش آن در افزایش ضریب نفوذ بیمه

● سارا پناهی برادر؛ کارشناس توسعه بیمه‌های زندگی، شعبه تبریز، فرهاد شیدایی؛ مدرس دانشگاه

دقیقا برعکس چیزی است که آن‌ها از ارایه خدمات آنلاین سراغ دارند. پروژه‌های مرتبط با فناوری در سازمان‌های بزرگ، اغلب نیاز به زمان زیادی دارد؛ چرا که سیستم‌های موجود، نیاز به تعمیر و نگهداری دارند و تغییر این سیستم‌ها بسیار چالش برانگیز خواهد بود. در نتیجه، بسیاری از مشتریان حس می‌کنند که شرکت بیمه طرف حساب آن‌ها، انعطاف‌پذیر و مشتری‌محور نیست.

کلمات کلیدی
تحول دیجیتال، صنعت بیمه، فرصت‌ها، چالش‌ها، استراتژی‌ها، رونق اقتصادی

دیجیتال را نادیده می‌گرفتند. با این حال، این روند طی سال‌های اخیر کاملاً تغییر کرده است. در واقع همانند صنایعی مانند خرده‌فروشی و بانکداری، تحول دیجیتال، قواعد بازی در صنعت بیمه را به سرعت تغییر داده است و باعث افزایش ضریب نفوذ بیمه تا حدودی شده است اما تحول دیجیتال با چالش‌های زیادی رو به رو است مشتریان هنگام تعامل با شرکت‌های بیمه از طریق رابط دیجیتال، به‌جای تمرکز بر نیازهای خودشان، باید (به دلیل وجود زیرساخت قدیمی) با ساختار و راهکارهای پیچیده دست و پنجه نرم کنند که

صنعت بیمه یکی از مهمترین ارکان توسعه اقتصادی کشورهاست. با مروری بر سهم صنعت بیمه در اقتصاد کشورهای توسعه یافته می‌توان دریافت که بیمه در مقایسه با خدمات دیگر نقش و اهمیت بیشتر و چشمگیری دارد هدف از پژوهش حاضر تحول دیجیتال صنعت بیمه؛ فرصت‌ها، چالش‌ها، استراتژی‌ها و پیامدهای آن در رونق اقتصادی و خدمات بیمه الکترونیک و نقش آن در افزایش ضریب نفوذ بیمه است و روش پژوهش توصیفی-تحلیلی می‌باشد. شرکت‌های بیمه برای مدت‌ها، استفاده از فرصت‌ها در حوزه

نقش فن آوری های نوین در توسعه صنعت بیمه و رونق اقتصادی کشور

● شورش سلیمانپور، رییس شعبه سندج و نرمین شریفی، رییس اداره امور بیمه‌ای شعبه سندج

به نقش کلیدی صنعت بیمه در توسعه اقتصادی کشور، تأثیر فناوری‌های نوین بر توسعه صنعت بیمه در کشور و راهکارها و سیاست‌های همسو در جهت رونق اقتصادی کشور می‌پردازیم، روش تحقیق در این مقاله از نوع کتابخانه‌ای می‌باشد.

کلمات کلیدی
صنعت بیمه، رونق اقتصادی، فن آوری های نوین در بیمه.

هایی نوین ایفای نقش نماید بلاشک نقش مهمی در اقتصاد کشور خواهد داشت. فناوری های نوین و بیمه الکترونیکی یکی از مهمترین عوامل برای نشان دادن حمایت های فناوری از کاربران عصر حاضر محسوب می شود و به همین خاطر مسؤلان در بیشتر مواقع کوشیده اند تا خدمات گسترده ای را به سیستم مرکزی بیمه های الکترونیکی ببازیند، و نهایتاً بتوانند در اقتصاد کشور سهم داشته باشند. در این مقاله

بیمه و توسعه صنعت بیمه نقش بسیار مهمی در بهبود و رونق وضعیت اقتصادی دارد. اقتصاد یک کشور بدون در نظر گرفتن و اتکا به بیمه اقتصاد مطمئنی نخواهد بود و خطر های گوناگونی آن را تهدید می کند. بنابراین یکی از راههای توسعه اقتصادی از طریق صنعت بیمه می باشد. و در صورتیکه بیمه و صنعت بیمه بتواند در راستای دسترسی سریعتر و در جهت تسهیل گر بودن خدمات بیمه ای بصورت الکترونیکی و با فناوری

تحول دیجیتال صنعت بیمه و تحول در فرآیندهای بیمه‌گری و نقش آن در رونق اقتصادی

● پانیز کتابیان، کارشناس صدور شعبه غرب

خدمات دیجیتال راحتی، انتخاب و مقایسه را آرایه می‌دهد.

کلمات کلیدی
بیمه، دیجیتال، رونق اقتصادی، نوآوری، فروش، بیمه‌گزاران

خدمات نوین و پشتیبانی به موقع و ۲۴ ساعته به بیمه‌گزاران، ایجاد داشبوردهای شخصی و یادآوری انقضا بیمه‌نامه و به وجود آوردن آرامش در زندگی، پردازش و پرداخت سریع تر هزینه‌ها و خسارت‌های احتمالی، اعتماد سازی و به دست آوردن رضایت مشتریان از خرید.

خدمات دیجیتال بیمه مزایای متفاوتی و قابل تفکیکی دارد که تمامی آن‌ها در نهایت امر رونق اقتصادی ایجاد می‌کند مانند کاهش هزینه‌های چاپ و عملیاتی، فراهم کردن بستری امن و ایجاد نفوذ و جذب مشتریان و ایجاد وفاداری در آنان، آرایه انواع



ایمنی در صنعت حمل و نقل هوایی و پایدها

● حمیده حاجی جعفر؛ کارشناس مسئول اطلاعات و ارتباطات

حفظ محیط زیست، کارایی، استمرار خدمت رسانی و حاکمیت مقررات و دستورالعمل‌ها طی سال‌های اخیر قرار داده است و برای تحقق آن موارد ذیل را مجدانه پیگیری می‌کند:

- ۱- شناسایی و کنترل انواع مختلف خطرات و ریسک‌های موجود در صنعت هوانوردی تجاری و تدوین و اجرای شیوه‌های اثربخش و مرتبط برای مواجهه با آن‌ها در سطح بین‌المللی
- ۲- اطمینان از اجرای به موقع و مستمر الزامات ابلاغ شده از سوی آن سازمان توسط کشورها
- ۳- اجرای برنامه بازرسی و ممیزی‌های مربوط به ایمنی در جهت شناسایی کاستی‌ها و نیز تشویق کشورها برای همکاری و تقویت این مهم (USOAP)
- ۴- تدوین برنامه‌های جهانی در جهت بهبود ایمنی و رفع کاستی‌ها از طریق برخورد با علل ریشه‌ای آن‌ها
- ۵- کمک به کشورها در جهت رفع کاستی‌ها از طریق برنامه ریزی و تدوین برنامه‌های خاص و تاسیس سازمان‌های ایمنی نظیر کمیته ملی ایمنی هوایی در سطوح ملی و منطقه‌ای
- ۶- تشویق و ترغیب کشورها در جهت تبادل اطلاعات و تجارب برای تقویت اعتماد دوجانبه در سطح ایمنی هوایی
- ۷- کمک به حل موارد و مشکلات شناسایی شده مربوط به نقص ایمنی
- ۸- حمایت و پیگیری اجرای سیستم‌های مدیریت ایمنی (SMS) به موازات مقررات مربوط به ایمنی در کلیه کشورها
- ۹- ارائه کمک‌ها و حمایت‌های فنی و کارشناسی جهت ارتقای ایمنی هوانوردی در قالب برنامه‌های همکاری فنی و جلب کمک‌های مالی از سایر موسسات بین‌المللی با وجود این برنامه‌ها وقوع برخی سوانح فاجعه بار در نقاط مختلف جهان سبب شده سازمان جهانی هواپیمایی کشوری با درک این مهم که کاستی‌های سیستماتیک ایمنی، مستلزم به برخوردی جهانی و تلاشی عمومی است. در اواخر ماه مارس ۲۰۰۶ نشست روسای سازمان‌های هواپیمایی کشوری را با استراتژی جهانی؛ برای ایمنی هواپیمایی برگزار نمود و طی آن راهبرد جهانی برای ایمنی هوانوردی را ترسیم و ارائه کرد که امید است

رکن اساسی حمل و نقل در تمامی اشکال و مدل‌های آن ایمنی و بی‌خطری است، چرا که بدون آن هرگونه تلاش و اقدامی با شکست روبه رو شده و اهداف موردنظر در ارایه خدمات حمل و نقل محقق نخواهد شد.

ایمنی در حمل و نقل هوایی از جهات مختلفی برای کشورها حایز اهمیت می‌باشد، شاهد این مدعا آن که کافی است به عکس العمل جامعه نسبت به وقوع یک سانحه هوایی که تلفات آن به اندازه تلفات یک روز سوانح جاده‌ای در برخی کشورهاست، توجه کنیم و چنین جایگاهی است که مسئولیت دست اندرکاران حمل و نقل هوایی را در توجه به ایمنی و برقراری آن مضاعف می‌کند. این ایمنی و حفظ بی‌خطری در عملیات هوانوردی و هواپیمایی بود که ۶۰ سال پیش متولیان حمل و نقل را بر آن داشت که کنوانسیون بین‌المللی هواپیمایی کشوری را تنظیم و امضا نمایند که متعاقباً ضمیمه ۱۹ گانه آن را نیز به عنوان میثاق عمل برای همه فعالان صنعت حمل و نقل هوایی تهیه و از طریق نهاد بین‌المللی صنعت یعنی ایکائو به همگان ابلاغ نمودند. از این جهت است که امروز آن‌چه که در پیشانی اهداف مورد پیگیری در همکاری‌های هوایی بین کشورها و همکاری‌های بین‌المللی قرار دارد، موضوع ارتقای ایمنی در تامین و ارایه خدمات حمل و نقل هوایی ایمن می‌باشد.

با مقایسه آمار سوانح و حوادث سال‌های اخیر با آمار مشابه ۶۰ سال پیش می‌توان ادعا نمود، دنیا توانسته با رعایت مقررات و دستورالعمل‌ها و نیز پیشرفت چشمگیر فناوری و دانش در حوزه‌های مختلف صنعت هوانوردی به دستاوردهای بسیار ارزشمند و بزرگی در ایمنی هوایی دست یابد. با وجود این همه موفقیت در ارتقای ایمنی صنعت هوانوردی، دستیابی به یک سطح بسیار بالای ایمنی در صنعت سبب شده است که علاوه بر بازرسی‌ها و ممیزی‌های سازمان‌های هواپیمایی کشوری، بحث ایمنی و ممیزی‌های ایمنی در شرکت‌های هواپیمایی، امروز به یکی از محوری‌ترین تلاش‌های انجمن بین‌المللی شرکت‌های هواپیمایی (یاتا) نیز تبدیل شود. در این میان سازمان جهانی هواپیمایی کشوری (ایکائو) موضوع ایمنی را به عنوان پایه اساسی و در صدر سایر اهداف استراتژیک خود یعنی امنیت،



پتانسیل به خطر افتادن ایمنی در آن نسبت به ناوگان روز آمد و سیستم‌های مجهز به فناوری‌های پیشرفته، بالا می‌باشد. لذا این امر مسئولیت تک تک کارشناسان و فعالان صنعت هوایی کشورمان را دو چندان می‌نماید.

تحقیقات انجام شده در دنیا نشان می‌دهد به ازای هر سانحه ۳ تا ۷ سانحه خفیف تر و کم اهمیت تر و ۷ تا ۱۰ حادثه وجود دارد و حداقل به ازای این تعداد سوانح صدها واقعه گزارش نشده وجود دارد که به دلیل این که به تنهایی و به خودی خود قابل توجه نبوده و هیچ خسارت جانی و مالی به بار نیارده‌اند، گزارش نمی‌شوند، در حالی که هریک از این رخدادها گزارش نشده سنگ بنای اصلی سوانح آینده بوده و زمانی که همراه با یکدیگر رخ دهند، منجر به وقوع یک سانحه می‌گردند.

و لذا ضروری است که کارشناسان فنی و عملیاتی و خلبانان و سایر عوامل مرتبط با عملیات هوانوردی با شفافیت کامل کوچک ترین رخداد در فعالیتها و تجهیزات و دستگاههایی که با آن کار می‌کنند به واحدها و دفاتر ایمنی خود و ایشان نیز موارد را به سازمان هواپیمایی کشوری منعکس نمایند تا با اقدامات بموقع از بروز هرگونه رویداد نامطلوب پیشگیری به عمل آید.

در پایان یکبار دیگر ضمن تاکید مجدد بر اصلی ترین هدف و فلسفه وجودی سازمان هواپیمایی کشوری که همانا نظارت بر تامین ایمنی و بی خطری پروازهاست، امید است با استقرار سیستم مدیریت ایمنی، نظارت بر فرآیند ارائه خدمات حمل و نقل هوایی ایمن، منظم، کارآمد، سریع و سهل الوصول برای مردم عزیز قوام و شدت بیشتری یابد.

به طور قطع همانگونه که ارائه خدمات حمل و نقل هوایی از طریق زنجیره‌ای از اجزای یک سیستم میسر می‌گردد، تامین ایمنی و سلامت و بی خطری نیز به همین صورت مستلزم رویکردی سیستمی از سوی همه اجزای صنعت هوانوردی است و در این میان بهره‌گیری از نظرات ارزشمند تحقیقی و پژوهشی و مطالعاتی اساتید، پژوهشگران و دانشجویان علاقه مند رشته‌های مختلف مرتبط با این صنعت نیز یک اصل ضروری بوده و لذا بر همه کارگزاران اجرایی و نظارتی و سیاست گذاری صنعت هوانوردی لازم و ضروری است که نظرات سازنده، نقدها و انتقادات و پیشنهادهای هوشمندانه همه دلسوزان دانشگاهی را در این راه یک فرصت ارزشمند تلقی نموده و همواره با پی ریزی یک ارتباط خوب بین حوزه تحقیق و پژوهش اهداف توسعه ای صنعت را محقق سازند.

منبع: فصلنامه ایمنی

جامعه بشری از آثار مثبت آن به حمل و نقل هوایی ایمن تر دست یابد. الزامات ایکائو کشورها را به داشتن برنامه ایمنی از یک سو و نیز پیاده سازی سیستم مدیریت ایمنی از سوی دیگر توصیه نموده است.

برنامه ایمنی مجموعه ای از مقررات و فعالیت‌های یکپارچه است که به دنبال ارتقای سطح ایمنی در شرکت‌های هواپیمایی، خدمات مدیریت ترافیک هوایی، فرودگاه‌ها و موسسات تعمیر و نگهداری است و سیستم مدیریت ایمنی یک رویکرد سازمان یافته برای ایمنی است که شامل ساختارهای سازمانی لازم، مسئولیت‌ها و خط‌مشی‌ها و رویه‌های کاری می‌باشد.

این سیستم مدیریت ایمنی است که به طور مستمر همه چیز را تحت کنترل و نظارت خود قرار می‌دهد. در حال حاضر وجود یک سیستم مدیریت ایمنی هم در شرکت‌های هوایی و هم فرودگاه‌ها در کنار سازمان‌های هواپیمایی کشوری یک الزام برای تحقق برنامه ایمنی می‌باشد. این سیستم ضمن شناسایی خطرات بالفعل و بالقوه مرتبط با و ایمنی، از انجام اقدامات جبرانی و اصلاحی برای حفظ ایمنی در یک سطح قابل قبول اطمینان حاصل نموده و امکان پایش و نظارت مستمر و ارزیابی منظم سطح ایمنی کسب شده را فراهم می‌نماید.

امروز رویکرد سنتی به مدیریت ایمنی در صنعت از حالت انفعالی " به یک رویکرد پیشگیرانه تغییر یافته است. نگاه سنتی به تجویز نسخه ای برای عدم تکرار حوادث مشابه بسنده می‌کرد و بر رعایت تو حداقل استانداردها تاکید می‌نمود در حالی که در رویکرد یک پیشگیرانه آن‌چه که هدف است اجرای بهترین اقدامات و رعایت استانداردهای مطلوب است نه حداقل آن‌ها و لذا آنچه که همه ما باید برای اطمینان از ایمنی و با هم مورد پیگیری قرار دهیم، استقرار سیستم مدیریت و ارزیابی ایمنی در شرکت‌های هواپیمایی، مدیریت ترافیک هوایی و فرودگاه‌ها و سازمان هواپیمایی کشوری با تاکید مجدد بر پیشگیری است.

باید دقت کنیم که ایمنی مقوله ای است فراتر از همه مسائل بازرگانی و اقتصادی حمل و نقل هوایی که قطعاً برای دستیابی به آن ارتباط صمیمی و تنگاتنگ و سازمان یافته شرکت‌های هوایی با یکدیگر را می‌طلبد، به شکلی که شرکت‌ها در این ارتباط از اتفاقات، تجزیه و تحلیل‌ها و روش‌های پیشگیرانه همدیگر مطلع شده و ضمن پیشگیری از تجربه‌های تلخ دیگری از راهکارهای موفق همدیگر بهره‌مندی می‌شوند. این ارتباط می‌تواند به صورت شبکه ای بین شرکت‌ها و یا به صورت استقرار سیستم متمرکز و تجمعی از طریق سازمان هواپیمایی کشوری صورت پذیرد.

موضوع دیگری که می‌تواند نقش موثری در پیشگیری حوادث ناگوار ایفا نماید، شفافیت در انعکاس و گزارش وقایع و اتفاقات روی داده در شرکت‌های هوایی و فرودگاه‌ها سن صنعت هوانوردی در کشور ما نیز در اثر تحریم‌های ناجوانمردانه استکبار جهانی که به راحتی می‌توان از آثار آن به تروریسم پنهان تعبیر جدا کرد، به صنعتی شکننده و رنجور تبدیل شده است که





تسلیت

با خبر شدیم همکارانمان خانم حدیثه سلطانی و آقایان ابراهیم قاسمی، سید احتشام موسوی، حسن وزیری و مهدی کرمی در غم از دست دادن عزیزانشان به سوگ نشستند.

نشریه چترضمن همدردی با این همکاران گرمای 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.

■ رشت، بلوار امام خمینی، نرسیده به میدان گیل، شرکت بیمه پارسیان شعبه رشت
تلفن: ۰۱۳۳۳۶۶۴۳۵۲ و ۰۱۳۳۳۶۶۸۱۶۳

انتصاب‌های جدید در بیمه پارسیان

طی احکامی از سوی آقای اوبارحسین، نایب رئیس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان، همکاران جدیدی در سمت‌های سازمانی مختلف منصوب شدند:

سمت	نام و نام خانوادگی
رئیس شعبه کلپایگان	مهدی جابری
با حفظ سمت سرپرستی اداره تطبیق مقررات	محمود رابطیان

نشریه چتر برای این عزیزان آرزوی توفیق در سمت‌های جدید را دارد.



لغات انگلیسی تخصصی بیمه

برگرفته از کتاب فرهنگ اصطلاحات بیمه نوشته هادی اوبار حسین

لغت	ترجمه
Consigner/ sender	فرستنده بار
Contingency	احتیاطی / پیش آمد احتمالی / حادثه محتمل
Contingency fund	ذخیره احتمالی
Contingency loading	افزودن حق بیمه احتیاطی به حق بیمه اصلی
Contract	قرارداد
Characters of insurance contract	ویژگی‌های قرارداد بیمه
Contract of affreightment	قرارداد حمل / قرار کرایه کشتی
Contracting party	طرف قرارداد
Renewal of contract	تجدید قرارداد / تمدید قرارداد
Nullification of contract	بطلان قرارداد
Cover	پوشش
Aggregate excess of loss cover	پوشش مازاد خسارت مجموع
Catastrophe cover	پوشش خطرات فاجعه آمیز
Contingency cover	پوشش احتیاطی
Cover guarantee	تامین بیمه گر / حداکثر تعهد بیمه گر
Coverage	پوشش



بیمه پارسیان

ارایه و صدور انواع بیمه نامه ها

دنیا دنیا آرامش

تهران-خیابان ولیعصر-بالا تر از بلوار میرداماد

خیابان قبادیان غربی-پلاک ۲۲-مرکز ارتباطات: ۰۲۱-۸۲۵۹

www.parsianinsurance.ir



ارایه و صدور انواع بیمه نامه ها

هر روزتان **نوروز**



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان

مرکز ارتباطات: ۸۲۵۹ www.parsianinsurance.ir