

فرارسیدن سالروز درگذشت جانشین بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران
و قیام خونین ۱۵ خرداد را تسلیت می‌گوییم

سر مقاله

ضرورت توسعه بیمه‌های انرژی

مبینا بنی‌اسدی

ضرورت توسعه بیمه‌های انرژی در کشور موضوعیست که هم صاحب‌نظران حوزه انرژی و هم صاحب‌نظران صنعت بیمه حول آن به اشتراک مساعی رسیده‌اند و با توجه به تجربیات کسب شده در سال‌های اخیر، پوشش‌های بیمه‌ای در این حوزه گسترش قابل توجهی یافته است.

صنعت نفت نیازمند سرمایه‌گذاری کلان ارضی است که این منابع به همراه فناوری پیشرفته آن اغلب در اختیار کشورهای توسعه یافته است و آنها نیز تا زمانی که اطمینان خاطر از برگشت سرمایه و سود آن نداشته باشند، در جایی سرمایه‌گذاری نمی‌کنند؛ چراکه پیچیدگی طبیعت تکنیکی ریسک‌های فیزیکی در صنعت نفت، تجمع مبالغ زیاد سرمایه‌ای در معرض خطر در یک محل، برخورداری از پتانسیل‌های بالای حادثه‌پذیری و نابسامانی‌های اقتصادی به دلیل وقوع حوادث در صنایع هیدروکربوری از جمله ضرورت‌های بیمه شدن این صنعت به شمار می‌آید. بنابراین بهترین راه برای تامین امنیت سرمایه‌گذاری‌ها بیمه است و در واقع با پیشرفت صنعت نفت، صنعت بیمه نیز باید خود را به آخرین تکنیک‌های ارزیابی ریسک مجهز کند.

به دلیل تمایل نداشتن شرکت‌های نفتی به پوشش‌های بیمه‌ای که اغلب به دلیل دولتی بودن آنها یا نبود خدمات رسانی مناسب از سوی شرکت‌های بیمه‌گذار بوده، صنعت نفت در این بخش فعالیت چندانی نداشته است و به همین دلیل بیشتر شرکت‌های بیمه خارجی در این حوزه فعالیت داشته‌اند. با این حال پس از سال ۷۵ و با توجه به توسعه سرمایه‌گذاری در این صنعت، همچنین توسعه میدان‌های نفتی و گازی در خلیج فارس، تغییر نگرش مدیران صنعت نفت به مقوله بیمه و اعمال الزامات قانونی و قراردادی، به توسعه بخش بیمه در صنعت نفت منجر شد و رشد چشمگیری فعالیت بیمه‌های انرژی در ایران و ایجاد تحول در این بخش، خود گواهی بر این مدعاست.

رواقتی برخلاف شروع به کار شرکت‌های بیمه که از نظر فنی و مالی سهم اندکی از سرمایه‌های مورد بیمه در بخش نفت، گاز و پتروشیمی را در داخل کشور نگهداری و بیش از ۹۰ درصد آن را به بیمه‌گران بین‌المللی واگذار می‌نمودند، در حال حاضر شرکت‌های بیمه به این یقین رسیده‌اند که فعالیت‌های گذشته خود را اصلاح کنند و با آنالیز و بررسی ریسک و اطلاعاتی که از بازار جهانی بیمه دارند، به آرایه نرخ و شرایط اقدام کنند و در نهایت واگذاری پروژه‌ها به خارج از کشور در این حوزه کاهش یافت.

همچنین با توجه به ورود شرکت‌های بیمه خصوصی، افزایش اقبال عمومی در به کارگیری خدمات داخلی و افزایش دانش فنی متخصصین داخلی این حوزه در سال‌های اخیر، می‌توان اظهار امیدواری نمود که نقش صنعت بیمه داخلی علی‌الخصوص بخش خصوصی، در حوزه‌های نفت و انرژی پررنگ‌تر شود.

شرکت بیمه پارسیان نیز به نوبه خود با اتکا به تجارب حاصله در بخش انرژی و با توجه به محدودیتی که در زمینه ظرفیت پوشش‌های ریسک‌پذیری انرژی در کشورمان وجود دارد، پوشش‌های بیمه‌ای متنوعی را در بخش انرژی ارائه می‌کند و روند در حال پیشرفتی را از سال‌های گذشته تاکنون دنبال کرده است.

حضور بیمه پارسیان به عنوان تنها شرکت حاضر در نمایندگان نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی که طی چند سال گذشته رخ داده است تلاش‌های برای پیوند هر چه بیشتر صنعت بیمه و فعالان حوزه انرژی و این رویکرد در راستای ایجاد زبان مشترک میان بیمه و صنعت نفت در بیمه پارسیان به عنوان شرکتی پیشرو در بخش بیمه‌های انرژی همواره مورد تأکید قرار گرفته است.

رئیس کل بیمه مرکزی در اولین همایش برترین‌های بیمه پارسیان:

اساس کار بیمه پارسیان مردم‌داری است



وی که در جمع نمایندگان برترین‌های بیمه پارسیان کارکنان نمونه این شرکت سخن می‌گفت، ادامه داد: اساس کار بیمه پارسیان مردم‌داری است بنابراین مردم‌دار بودید مردم‌دار باقی بمانید.

فرشباتف ماهریان یادآور شد: صنعت بیمه راه پرشتابی را در قالب برنامه تحول می‌پیماید و عملکرد این صنعت در سال گذشته حاکی از آن است که از پویایی و تحرک لازم بهره‌مند است و با گسترش فرهنگ بیمه و ارائه خدمات بیمه‌ای مطلوب‌تر ضریب نفوذ بیمه ارتقا خواهد یافت.

وی متذکر شد: براساس آمارهای بانک مرکزی که تورم را ۱۲/۴ درصد اعلام کرده و تولید ناخالص داخلی از ۳ درصد در سال ۸۸ به ۴/۳ درصد در سال ۸۹ رسیده است، ضریب نفوذ بیمه از ۱/۴ به ۱/۵ درصد رسیده است که نشان دهنده یک‌دهم درصد افزایش در شاخص ضریب نفوذ بیمه طی یک سال گذشته است.

به گفته وی، به رغم کاهش نرخ حق بیمه‌ها اما شاهد رشد پر تقوی شرکت‌های بیمه بوده‌ایم که نشان می‌دهد آحاد جامعه در شرایطی که خدمات با نرخ پایین‌تر ارائه می‌شود از محصولات بیمه‌ای استقبال کرده و نسبت به خریداری آن اقدام می‌کنند.

فرشباتف ماهریان با تأکید بر استقبال مردم از کاهش نرخ‌ها در صنعت بیمه گفت: در شرایطی که نرخ‌ها واقعی می‌شوند مردم عکس‌العمل مناسبی نشان داده و نسبت به خرید بیمه‌نامه‌های مورد نیازشان اقدام می‌کنند. وی ابراز امیدواری کرد: ارائه بیمه‌نامه با نرخ معقول از سوی نمایندگی‌های بیمه که پیشخوان صنعت بیمه به حساب می‌آیند می‌تواند ضریب نفوذ بیمه را در کشور افزایش دهد.

رئیس کل بیمه مرکزی خاطر نشان ساخت: در پایان برنامه پنجم توسعه ضریب نفوذ بیمه باید به ۲ درصد برسد تا در میان کشورهای منطقه بتوانیم رقابت کرده و صنعت بیمه کشور را گسترش دهیم.

وی به کارکنان بیمه پارسیان توصیه کرد: گسترش بازار هدف‌تان را در دستور کار قرار دهید تا در بازار پرتلاطم و پرتلاش این صنعت، رشد حق بیمه تولیدی شما از رشد حق بیمه کل صنعت بیمه کمتر نباشد و برای رسیدن به این هدف باید شبکه فروش خود را روز به روز گسترده‌تر کرده و طرح‌های جدیدی به بازار بیمه آرایه کنید.

ادامه در صفحه ۲

همایش برترین‌های بیمه پارسیان با حضور رئیس کل بیمه مرکزی برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه پارسیان، دکتر جواد فرشباتف ماهریان که در اولین همایش برترین‌های بیمه پارسیان میهمان این شرکت بود با بیان این مطلب که شرکت‌ها باید کارآمدی خویش را در ارائه خدمات افزایش دهند گفت: با وضع موجود امکان حداقل دو برابر شدن رقم حق بیمه تولیدی از حدود ۶۰ هزار میلیارد ریال کنونی به ۱۲۰ هزار میلیارد ریال در سال وجود دارد.

رئیس کل بیمه مرکزی در توضیح بیشتر این مطلب گفت: با کارآمدی بیشتر شرکت‌های بیمه و ارائه خدمات بهتر و فعالیت‌های جدید در کنار تنوع بخشیدن به این بازار می‌توان حق بیمه را با امکانات فعلی تا ۲ برابر افزایش داد، ضمن آنکه براساس بررسی‌ها و تحقیقات به عمل آمده به منظور کارآمد کردن صنعت بیمه کشور و با هدف گسترش بازار و ضریب نفوذ بیمه امکان راه‌اندازی ۴۳ شرکت جدید بیمه‌ای در کشور وجود دارد.

فرشباتف ماهریان در ادامه افزود: در شورای عالی بیمه به بررسی ظرفیت بازار بیمه پرداختیم و به این نتیجه رسیدیم که بازار بیمه گنجایش لازم را دارد و باید شرکت‌های جدید به بازار صنعت بیمه وارد شوند.

رئیس کل بیمه مرکزی با اشاره به اینکه شرکت‌ها باید سعی کنند رشد تولید حق بیمه سالانه آنها کمتر از رشد کل نباشد، اذعان کرد: اگر می‌خواهیم گسترش بازار را هدف قرار دهیم تلاش تمامی شرکت‌های بیمه باید بر این باشد تا سهم آنان از میانگین رشد تولید حق بیمه که در سال گذشته معادل ۲۵/۳ درصد بوده است، کمتر نباشد. فرشباتف در ادامه تصریح کرد: رشد ۲۵/۳ درصدی پر تقوی صنعت بیمه در حالی اتفاق افتاده است که به جهت آزادسازی تعرفه‌ها، بین ۳۰ تا ۷۰ درصد در نرخ تولید حق بیمه کاهش داشتیم.

این مقام مسئول با اشاره به رقابتی شدن بازار بیمه گفت: شرکت‌های بیمه‌ای در بازار رقابتی فعلی باید به درستی رفتار کنند و با رعایت اخلاق حرفه‌ای و گستردگی شبکه فروش، مشتریان بیمه‌ای را حفظ کنند.

رئیس کل بیمه مرکزی بر تدوین برنامه جامع و تعریف استراتژی‌های مناسب در بازار بیمه از سوی شرکت‌های بیمه‌ای تأکید کرد و گفت: در بازار رقابتی فعلی، شرکت‌های بیمه‌ای نباید غافل باشند و باید ضابطه‌مند حرکت کنند.

بیمه پارسیان در شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی حضور یافت

شانزدهمین نمایشگاه نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی از ۲۷ الی ۳۰ فروردین ماه در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد.

صفحه ۴

بازدید مدیرعامل

و هیئت همراه از مجتمع کرمانشاه

مدیرعامل بیمه پارسیان و هیئت همراه از مجتمع بیمه‌ای این شرکت در استان کرمانشاه بازدید کردند.

به گزارش «مجتمع بیمه‌ای کرمانشاه» چهاردهم اردیبهشت ماه حسین کریم خان زند مدیرعامل بیمه پارسیان به همراه محمدرضا تمجیدی مدیر امور بازار و آرام رشیدی مدیر روابط عمومی این شرکت از مجتمع کرمانشاه بازدید کردند.

صفحه ۴

مقایسه بیمه نامه‌های باربری داخلی و مسئولیت متصدیان حمل و نقل

برای کالاهایی که از مبادی مختلف به مقاصد در نقاط مختلف کشور حمل می‌شوند دو نوع پوشش بیمه‌ای وجود دارد:

۱- بیمه‌نامه‌هایی که بیمه‌گذار آنها صاحبان کالا اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی بوده و نوع پوشش بیمه‌ای آنها در زمره بیمه‌های اموال است.

۲- بیمه‌نامه‌هایی که بیمه‌گذار آنها شرکت‌های حمل و نقل داخلی بوده و در گروه بندی بیمه‌ای در زمره بیمه‌های مسئولیت محسوب می‌شوند.

صفحه ۵

اطلاعات کافی نسبت

به دانش روز بیمه راندمان کاری را افزایش می‌دهد

سپیده حیدری سنگستانی یکی از نمایندگان فعال بیمه پارسیان در استان همدان است که در این شماره از ماهنامه چتر به سرغ او رفتیم تا از تجربیاتش بگوئیم. او معتقد است شناخت نیاز مشتری، آرایه اطلاعات دقیق و صادقانه در هنگام معرفی محصول، پیگیری‌های مداوم و همکاری با بیمه‌گذار در زمان وقوع خسارت از مهمترین دلایلی است که باعث شده در زمره نمایندگان برترین بیمه پارسیان قرار بگیرد.

صفحه ۶

شروع صدور بیمه‌نامه‌های عمر

و سرمایه‌گذاری در برخی از

مجتمع‌های بیمه‌ای

پیرو مطالب گذشته ماهنامه چتر در خصوص آنالیز سازی سیستم صدور بیمه‌های عمر انفرادی، به اطلاع می‌رساند در حال حاضر برخی بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری با هماهنگی اداره صدور مرکزی بیمه‌های عمر انفرادی در مجتمع‌های بیمه‌ای مشهد، تبریز، ساری، اصفهان و شیراز صادر می‌شود.

صفحه ۸

رئیس کل بیمه مرکزی در اولین همایش برترین های بیمه پارسین: اساس کار بیمه پارسین مردم داری است



فرشاد گفت: رشد ۲۵٫۳ درصدی پرتفوی صنعت بیمه در حالی اتفاق می افتد که به دلیل آزاد سازی تعرفه ها، قیمت بیمه نامه ها بین ۳۰ تا ۷۰ درصد کاهش داشته است. وی بر تدوین برنامه جامع و تعریف استراتژی های مناسب در بازار بیمه از سوی شرکت های بیمه ای تاکید کرد.

اهمیت بیمه در جامعه شفاف نشده است

همچنین علی سلیمانی شایسته رییس هیئت مدیره بیمه پارسین نیز در این گردهمایی گفت: حضور ۲۲ شرکت بیمه فعال در دوره کوتاه مدت خصوصی سازی در صنعت بیمه و اعطای مجوز به شرکت های تازه در سال ۸۹ همگی حکایت از گسترش بازار با توجه به توسعه زندگی شهری و تنوع خطراتی که پشتر را تهدید می کند دارد.

شایسته افزود: صدها سال پیش خطراتی که انسان را تهدید می کرد محدود بود، اما امروز تنوع این خطرات بی شمار و مصون ماندن از زیان های آنان نیازمند انواع پوشش های بیمه ای است.

وی با تاکید بر اینکه ۱/۵ درصد نفوذ بیمه نشان می دهد مردم کشور ما هنوز ضرورت بیمه را با توجه به تمام ریسک های موجود درک نکرده اند، افزود: خدمات بیمه جزو کالاهای لوکس نیست و ضرورت انکار ناپذیر زندگی امروزی است.

او فروش بیمه و عرضه خدمات بیمه گری را نیازمند فروش حرفه ای و اطلاع رسانی جامع دانست و گفت: همه ما سال هاست شعار «بیمه فروختنی است نه خریدنی» را تکرار می کنیم اما این جمله بسیار ساده، هزاران حرف تازه برای تحول در فروش در دل خود دارد.

یعنی توسعه اقتصادی که تمامی ما ایرانیان باید برای حفظ و ارتقای آن در جایگاه خود و به سهم خود تلاش کنیم. شایسته در خاتمه گفت: بیمه همه را سر پا نگه می دارد و از شما می خواهیم که برای حفظ خوشنامی پارسین کوشا باشید.

ضرورت توسعه بیمه های خرد

حسین کریمخان زند مدیرعامل بیمه پارسین نیز در همایش برترین های این شرکت گفت: دیدگاه بیمه پارسین برای فعالیت حرفه ای در بازار موجب شد که این شرکت با فعالیت ۸ ساله خود هم پای شرکت های بیمه ای باشد که بیش از ۵۰ سال سابقه بیمه گری دارند.

کریمخان زند با یادآوری اینکه بیمه پارسین طی ۸ سال گذشته به طور مستقیم و غیر مستقیم بین ۶ تا ۶ هزار شغل ایجاد کرده است، گفت: امروز بیمه پارسین به حضور ۱۷۰۰ نماینده فعال و واحدهای پرداخت خسارت در سراسر کشور افتخار می کند و در نظر داریم در سال ۹۰ ارایه خدمات را از مراکز استانی به سایر شهرستان ها گسترش دهیم.

وی ادامه داد: طی سال های گذشته با شناخت فرصت ها و تهدیدات بازار همواره سعی کردیم سهم ۶ درصدی خود را حفظ کنیم و پس از بیمه ایران و آسیا سومین شرکت بیمه ای کشور باشیم.

کریمخان زند با یادآوری اینکه قبل از تاسیس بیمه پارسین خود او چند سالی در شبکه فروش فعالیت می کرده، خاطر نشان کرد: با جایگاه نماینده و خواسته های او در بازار بیمه غریبه نیستیم و به خوبی می دانیم فروش بیمه نامه و فعالیت در بازار رقابتی امروز بسیار سخت است و ویژگی های خود را دارد،

ویژگی و گستردگی که در جامعه دارد امری بسیار خطیر است و موفقیت یا عدم موفقیت در آن تاثیر مستقیم بر انتخاب جامعه برای استفاده از سایر رشته های بیمه ای دارد.

عنايت در خاتمه گفت: بدنه کارشناسی واحد خدمات کارشناسی خودرو پارسین توانمندی لازم را دارد و به زودی کار رسیدگی به پرونده های خسارت سایر رشته ها به آن واگذار می شود، بدین ترتیب بخش صدور بیمه نامه از پرداخت خسارت به طور کلی تفکیک می شود و هریک به صورت تخصصی کار خود را انجام می دهند.

بیمه پارسین بر نامه های متنوعی برای توسعه بیمه عمر تدوین کرده است

در بخش دیگری از این همایش نیز احمد صلاح نژاد مدیر بیمه های عمر انفرادی بیمه پارسین با تاکید بر حفظ مشتریان

بیمه های خرد به جامعه را یکی از اهداف اصلی شرکت دانست و ادامه داد: به خاطر اجرای همین هدف بود که تعداد نمایندگان دو برابر شد و همین هدف در استراتژی چهار ساله ۸۹ تا ۹۳ ادامه خواهد داشت تا بیمه پارسین پس از بیمه ایران که تنها بیمه دولتی است دومین شرکت بیمه کشور باشد.

کریمخان زند در خاتمه، بیمه گذاران شرکت را بزرگترین سرمایه بیمه پارسین اعلام کرد و گفت: تمامی عوامل بیمه پارسین برای حفظ و جلب رضایت این سرمایه باید کوشا باشند.

بدنه کارشناسی بیمه پارسین به بلوغ رسیده است

همچنین علی اصغر عنایت رییس کمیته فنی بیمه پارسین با یادآوری اینکه بیمه پارسین، شرکتی خوشنام و دارای نیروی انسانی متخصص و توانمند است، گفت: با آزاد سازی و حذف



گفت: وظیفه اصلی فروشنده کالا به ویژه بیمه پس از صدور آن آغاز می شود، زیرا حفظ بیمه گذار بسیار با اهمیت تر از جذب بیمه گذار جدید است. وی حفظ مشتری در بخش بیمه های عمر را بسیار با اهمیت تر از سایر رشته های بیمه ای دانست و افزود: حق بیمه های عمر و سرمایه گذاری طی سال های متعددی دریافت می شود و تشویق بیمه گذار به حفظ بیمه نامه و حفظ آن تا زمان سررسید بیمه نامه نیازمند توجه، تخصص و صداقت فروشنده در تمام این مدت است. صلاح نژاد با بیان اینکه صنعت بیمه برای توسعه بیمه های عمر تلاش بسیاری کرده است، اما هنوز جای کار بسیار دارد، خاطر نشان کرد: بیمه پارسین نیز برنامه های متنوعی برای توسعه این رشته تدوین و عملیاتی کرده است.

وی ارایه طرح های نوین عمر و سرمایه گذاری، سیستم پیگیری خدمات پس از فروش، سامانه بایگانی الکترونیک بیمه های عمر و تاسیس دفاتر بازاریابی توسط نمایندگان را بخشی از برنامه های توسعه ای بیمه پارسین عنوان کرد و ادامه داد: از امسال به بعد تغییرات بیمه نامه ها و بسیاری از مشکلات پس از صدور آنها عملیاتی می شود.

گفتنی است در پایان این مراسم، رییس کل بیمه مرکزی، رئیس هیئت مدیره و همچنین مدیرعامل شرکت بیمه پارسین از نمایندگی های برتر و کارکنان نمونه این شرکت در سراسر کشور با اهدای تندیس و لوح تقدیر قدر دانی کردند.

تعرفه های بیمه ای، صنعت بیمه وارد دوره گذار جدیدی شد که بیمه گران باید با برنامه ریزی درست و درایت خود بتوانند از آن عبور کنند. عنایت با یادآوری دوران جنگ تحمیلی و تلاش و همدلی صنعت بیمه در کشور در آن دوران گفت: فعالیت ها و خدماتی که صنعت بیمه کشور در آن دوره ارایه کرد، در نوع خود بی نظیر است و مشابه آن در هیچ کجای دنیا سابقه ندارد. وی بر توانمندی بیمه پارسین در بازار رقابتی روز تاکید کرد و گفت: بدنه کارشناسی بیمه پارسین پس از ۸ سال فعالیت به بلوغ رسیده و این شرکت با دارا بودن جوانی و تجربه می تواند با موفقیت دوره گذار را پشت سر بگذارد. رییس کمیته فنی بیمه پارسین در خصوص بیمه اتومبیل نیز گفت: خواسته یا ناخواسته بیمه های اتومبیل ۶۵ درصد پرتفوی صنعت بیمه را تشکیل داده اند و ۷۵ تا ۷۰ درصد خسارات نیز به این رشته تعلق دارد که این میزان حکایت از اهمیت ویژه بیمه های اتومبیل در صنعت بیمه دارد.

عنايت افزود: بیمه پارسین نیز از سال ۸۵ به دنبال راهکاری برای ارایه خدمات به بیمه گذاران خودرو و کنترل ضریب خسارت این رشته بود، که برای اجرای این تفکر، واحد تخصصی خسارت خودرو را مستقل از خسارت سایر رشته های بیمه تاسیس کرد، واحدی که تنها هم و غم آن رسیدگی به پرونده های خسارت بیمه های اتومبیل باشد.

به گفته وی رسیدگی به خسارت بیمه های اتومبیل به خاطر

به خاطر همین آشنایی با مشکلات کار نمایندگان، استراتژی شرکت را بر اساس توجه به شبکه فروش تدوین و در تمامی سال ها از نمایندگان حرفه ای و پر تلاش حمایت کردیم. وی به صراحت گفت: علاقه ای به فروش مستقیم در بیمه پارسین ندارم و معتقدم شبکه فروش مسوول فروش بیمه نامه است و ستاد مسوولیت ارایه خدمات و پرداخت خسارت را به عهده دارد.

او تعداد بیمه نامه های صادره طی ۸ سال گذشته را بیش از ۷ میلیون فقره اعلام کرد و گفت: بیمه پارسین در ۶ سال گذشته همواره جزو ۱۰۰ شرکت برتر کشور بوده و توانسته به عنوان نخستین بیمه خصوصی وارد بورس اوراق بهادار شود.

کریمخان زند گفت: ورود به بورس نیازمند صورت های مالی شفاف، عملکرد مناسب و شاخص های بسیاری است که بیمه پارسین توانست در زمان اندک ۲ ماهه آنان را آماده و نام خود را بر روی تابلوی بورس درج کند. وی افزایش تقاضا برای انواع بیمه ها، ورود شرکت های تخصصی در حوزه بیمه های اشخاص به ویژه بیمه های عمر، تغییرات اقتصادی کشور با توجه به هدفمندی پاره ها و تحریم اقتصادی را تغییرات اساسی بازار بیمه کشور عنوان و خاطر نشان کرد: در بازار کنونی باید با ارتقای سطح آگاهی مردم و ارایه طرح های جامع روند رشد شرکت را حفظ کنیم.

مدیرعامل بیمه پارسین توسعه خرده فروشی و عرضه

وی بر تاثیر آموزش فروش نوین بر ارتقای سطح دانش فروشندگان بیمه تاکید کرد و گفت: ارتباط مستقیم با مردم یکی از راه های نوینی بود که طی دو سال اخیر شکل گرفت، تماس با مشتری برای یادآوری نیاز بیمه ای وی خوب است اما هر نکته زمان و مکان خود را می خواهد. به گفته شایسته تماس تلفنی با مشتری در ساعت ۲ بعد از ظهر نه تنها او را برای خرید بیمه تشویق نمی کند بلکه حداقل تمایل وی را نیز از بین خواهد برد.

رییس هیئت مدیره بیمه پارسین بر داشتن برنامه ای جامع و هدف گذاری شده توسط نمایندگان تاکید کرد و افزود: وقتی برنامه و هدف داشته باشید برای تحقق آن تلاش می کنید و از خرسندی رسیدن به اهداف خود برنامه های بهتری را تدوین می کنید.

شایسته گفت: بیمه پارسین ۱۷۰۰ نماینده دارد که اگر هریک از آنها تنها یک هزار مشتری داشته باشند، تعداد مشتریان شرکت به ۱۷ میلیون می رسد و تحقق هدف شرکت و رسیدن به جایگاه دوم را به راحتی محقق می کند. او توجه به تامین منافع همه عوامل از جمله سهامدار، مشتری، سپرده گذار و کارکنان را سیاست اصلی گروه مالی پارسین اعلام کرد و گفت: وقتی کاری به درستی انجام شود همه از سود آن منتفع می شوند، وقتی شما برای سودآوری خود تلاش صادقانه و سالم در بازار داشته باشید تمامی عوامل بازار از آن سود می برند و این

برترین‌های بیمه پارسیان در هیشت ماه

لیست شرکت‌های حقوقی برتر		
ردیف	مدیرعامل	نام شرکت
۱	حمیدرضا توسلی	شرکت خدمات بیمه‌ای ایران خودرو
۲	عزت توسلیان	شرکت خدمات بیمه‌ای امین پارسیان
۳	رهی رهنمون	شرکت خدمات بیمه‌ای آیین پارسیان

لیست نمایندگان برتر به تفکیک شهرها		
ردیف	نام و نام خانوادگی	شهر
۱	پرناز خلیلی	تبریز
۲	الناز حیاتی	ارومیه
۳	سیده شهین اعلائی	اردبیل
۴	فرجام مهرداد	اصفهان
۵	سمیرا صادقی	کرج
۶	علی رضا بابا علی حقیقی	بوشهر
۷	فاطمه یوسفی	تهران
۸	عاطفه نصیری فر	بجنورد
۹	حمید امامی	مشهد
۱۰	افسانه یاری	اهواز
۱۱	ابراهیم قهرمانی	زنجان
۱۲	فرخنده رضانی	زاهدان
۱۳	محمد مفرد حقیقی	شیراز
۱۴	رضا زاهدی کوچل	قزوین
۱۵	آزاده کدخدایی	قم
۱۶	حسام عباسی	سنندج
۱۷	نادر رشن	کرمان
۱۸	علی مراد محمدی	کرمانشاه
۱۹	سید احمد میر اسدالهی	گرگان
۲۰	علیرضا رسولی	رشت
۲۱	زینب میردریکوندی	خرم‌آباد
۲۲	محمدصادق عرب	ساری
۲۳	شقایق نوابی	اراک
۲۴	پریسا جعفری	بندرعباس
۲۵	حجت‌الله حاجی بابایی	همدان

لیست نمایندگان برتر فروش بیمه پارسیان در سطح کشور (از لحاظ پرتفوی در تمام رشته‌ها)		
ردیف	نام و نام خانوادگی	شهر
۱	نگین ابرار	تهران
۲	محمد مهدی اسماعیلی	تهران
۳	شیوا مظفری	تهران
۴	امیر حسین زاده طالشی	بابل
۵	هومان قدیری جعفر بیگلو	تهران
۶	سپنتا نیکنام	یزد
۷	فخرالملوک چنگیزیان	بندرعباس
۸	رامش خالدزاده	تهران
۹	سپیده حیدری	همدان
۱۰	زکیه خنداخند	تهران
۱۱	مسعود جاوید آرا	تهران
۱۲	عبدالمطلب شیرانی	تهران

لیست نمایندگان برتر فروش بیمه عمر پارسیان		
ردیف	نام نمایندگی	شهر
۱	امیر عابدینی مقدم	تهران
۲	روح‌الله اسلامی	تهران
۳	محمد مهدی راشدی	کاشان
۴	امیر شاه زمانی سیچانی	اصفهان
۵	سپنتا نیکنام	یزد
۶	فاطمه سادات پوررضوی	یزد
۷	مسعود خباز مافی نژاد	مشهد
۸	بیبا مهدویه	اصفهان
۹	هومان قدیری جعفر بیگلو	تهران
۱۰	پریسا قلاجیان مقدم	رشت

کارمندان نمونه		
ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت
۱	علیرضا قاسم زاده	رئیس مجتمع بیمه‌ای آذربایجان شرقی
۲	سیدعلیرضا سمایی	رئیس مجتمع بیمه‌ای گیلان
۳	شهریار دهقانی	رئیس اداره راهبری سیستم‌های نرم‌افزاری
۴	شمس‌الدین اشراقی	رئیس شعبه خسارت خودرو لاهیجان
۵	سارا آقایی ملایری	رئیس اداره صدور بیمه‌های باربری
۶	ابراهیم فقیه	معاون شعبه خسارت خودرو شیراز
۷	محسن فتحی	کارشناس مسئول برنامه ریزی و تحلیل ریسک بیمه‌های مسئولیت
۸	نسیم ایزد پناه	کارشناس مسئول اداره صدور بیمه‌های درمان مسافرتی و حوادث انفرادی
۹	معصومه مقصودی	کارشناس مسئول ICD سبزوار
۱۰	فاطمه ناطقی پامساری	کارشناس مسئول اداره صدور بیمه‌های خودرو
۱۱	بهرام صراف	کارشناس حسابداری بیمه‌های اموال
۱۲	علی شربتی	کارشناس حسابداری شعبه خسارت خودرو گرگان
۱۳	مهران ساری	کارشناس امور بیمه‌ای ICD بجنورد
۱۴	مهدی رخشان	کارشناس اداره صدور بیمه‌های عمر انفرادی
۱۵	مهدی خالصی	کارشناس ارزیاب خسارت خودرو تهران
۱۶	فرنام پوروحدانی	کارشناس حسابداری شعبه خسارت خودرو رشت
۱۷	زهره حیدر زاده	کارشناس محاسب اداره خسارت ثالث مالی و بدنه
۱۸	آزاده حاجی محلاتی	کارشناس محاسب اداره خسارت ثالث جانی
۱۹	سید جواد میرآقاجانی	کاردان امور بیمه‌ای مجتمع بیمه‌ای استان مرکزی
۲۰	فاطمه نوروزی	کارمند پذیرش شعبه خسارت خودرو ساری

لیست نمایندگان برتر جشنواره نروزی بیمه پارسیان		
ردیف	نام نمایندگی	شهر
۱	بدری سادات رحیمی راد	اصفهان
۲	مسعود خباز مافی نژاد	مشهد
۳	روح‌الله اسلامی	تهران
۴	امیر عابدینی مقدم	تهران
۵	بیبا مهدویه	اصفهان
۶	محسن دادیار	شیراز
۷	سپنتا نیکنام	یزد
۸	مسعوده بهروز	تهران
۹	مهدی ملکوتی خواه	اصفهان
۱۰	عبدالعلی هنرور بیدختی	تهران

همانند سال های گذشته؛

بیمه پارسیان در شانزدهمین نمایشگاه بین المللی نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی حضور یافت



کلی از نمایشگاه امسال بیشتر از سال های قبل بود و در مجموع از غرفه شرکت هم استقبال بیشتری به عمل آمد.

به گفته وی سطح آشنایی مراجعان با بیمه پارسیان بالاتر رفته بود و شناخت مردم از بیمه پارسیان بخصوص پس از پیوستن به بورس بیشتر شده است. در حاشیه نمایشگاه نیز با توجه به اینکه غرفه بیمه پارسیان در کنار سالن خلیج فارس، یعنی سالی که مخصوص شرکت کنندگان خارجی است، قرار دارد بازدید کنندگان خارجی نیز از غرفه ما دیدن کردند که فضای خاصی به غرفه می داد و جالب اینکه تعدادی از آنها با بیمه پارسیان آشنایی زیادی داشتند. از جمله کشورهای شرکت کننده در شانزدهمین نمایشگاه بین المللی نفت تهران می توان به کشورهای اتریش، اسپانیا، امارات متحده عربی، انگلیس، ایتالیا، آلمان، تایلند، چین، دانمارک، روسیه، ژاپن، سنگاپور، تایوان، کره، چک، هلند، هندوستان و فرانسه اشاره کرد و می توان گفت این نمایشگاه از جمله فضاهای مساعد برای حصول ارتباط های بین المللی، ارایه آخرین توانمندی ها و دستاوردهای شرکت های حاضر در نمایشگاه است.

شانزدهمین نمایشگاه نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی از ۲۷ الی ۳۰ فروردین ماه در محل نمایشگاه های بین المللی تهران برگزار شد. در این نمایشگاه بین المللی ۴۰۰ شرکت خارجی و ۹۰۰ شرکت داخلی حضور داشتند که در گروه های تخصصی متنوع شامل تولید کنندگان تجهیزات صنعت نفت، تولید کنندگان فرآورده های نفتی، پتروشیمی و شیمیایی، پیمانکاران خدماتی (فنی - بازرگانی)، پیمانکاران عمومی، تولید کنندگان تجهیزات فرآیندی نفت، پیمانکاران ساختمان و نصب، پژوهشی و آموزشی، مهندسان مشاور، فن آوری و اطلاعات، بهینه سازی مصرف محیط زیست به ارایه توانمندی ها، دانش، مهارت و فعالیت های خود پرداختند.

این نمایشگاه که بزرگترین نمایشگاه تخصصی کشور و دومین نمایشگاه بزرگ نفت در جهان به شمار می رود، با هدف ایجاد تعامل بیشتر شرکت های پیمانکار و سازندگان داخلی و خارجی و با حضور شرکت های اصلی و فرعی صنعت نفت بر پا می شود و بیمه پارسیان نیز همچون سال های گذشته در این نمایشگاه حضور فعال داشت. با توجه به اینکه صندوق بازنشستگی کارکنان صنعت نفت از سهامداران عمده بیمه پارسیان به شمار می رود و همچنین ارتباط تنگاتنگ این شرکت با این صنعت عظیم کشور که از همان بدو تاسیس بیمه پارسیان آغاز شده است، این نمایشگاه هر ساله فرصت مناسبی برای نشان دادن آخرین خدمات و دستاوردهای بیمه پارسیان در زمینه بیمه گری است.

غرفه فضای باز بیمه پارسیان در کنار سالن خلیج فارس که در نمایشگاه جای ثابتی پیدا کرده است، هر سال با استقبال خوبی از سوی بازدید کنندگان مواجه می شود. ارتباط رودر رو با مدیران و کارشناسان شرکت، گرفتن آخرین اطلاعات بیمه ای و همچنین اطلاع یابی از طرح های ویژه بیمه ای از عوامل اصلی انگیزه بازدید کنندگان از غرفه بیمه پارسیان بود.

با توجه به اینکه از کلیه واحدهای شرکت، چه فنی و چه غیر فنی کارشناسانی در غرفه حضور داشتند، به سوالات کلیه مراجعه کنندگان به صورت تخصصی پاسخ مناسب ارایه شد. بازدید از غرفه های سایر شرکت ها و ملاقات با مدیران آنها از جمله برنامه های همکاران حاضر در غرفه امسال بود که در چند مرحله انجام شد و بیمه پارسیان به بسیاری از شرکت های حاضر در نمایشگاه توسط گروهی که به غرفه ها مراجعه

می نمودند، معرفی شد.

در طول برگزاری نمایشگاه افراد بسیاری از قشار مختلف از غرفه شرکت بازدید نمودند و پاسخ سوالات خود را دریافت کردند و در صورت لزوم به دفتر مرکزی یا مراکز صدور راهنمایی شدند. بخش وسیعی از سوالات اکثر مراجعین در حوزه اتومبیل مربوط به تخفیفات، پراکندگی واحدهای صدور و خسارت در کشور بود، در بخش اشخاص و مسئولیت نیز مراجعان سوالاتی را مطرح می نمودند، همچنین در زمینه سهام بیمه پارسیان در بورس و مسایل مربوط به آن سوالاتی مطرح می شد، البته می توان گفت بیشترین سوالات و نیز بیشترین کار تبلیغاتی در غرفه مربوط به بیمه عمر و سرمایه گذاری بود که به کلیه سوالات مراجعه کنندگان به صورت مفصل توسط کارشناس مربوطه پاسخ داده شد.

در طول دوره برگزاری نمایشگاه؛ غرفه بیمه پارسیان پذیرای برخی مدیران شرکت های بیمه گذار بود که از حضور بیمه پارسیان در نمایشگاه ابراز خوشحالی می کردند. در پایان این نمایشگاه؛ آرام رشیدی مدیر روابط عمومی بیمه پارسیان گفت: استقبال

آیا از سه راهکار روانی در پیام ها و تبلیغات خود برای فروش استفاده می کنید؟

اگر شما فروشنده ای هستید که با شرکت های مختلف در ارتباط باشد یا شرکتی هستید که به افراد خدمات ارائه می کنید، در هر صورت گاهی مجبور خواهید شد که ارزش های خود را از طریق تبلیغات نوشتاری، تلویزیونی، تماس های تلفنی و یا حضور در جلسات به اطلاع مشتری برسانید.

موفقیت در توجیه مشتریان، موفقیت در تجارت است. خبر خوش آنکه برای تهیه یک پیام تأثیرگذار احتیاجی نیست که شما یک نویسنده یا سخنران حرفه ای باشید. به آسانی می توانید با استفاده از ۳ راهکار زیر نتایج غیر قابل باوری را بدست آورید.

۱- راهکار شماره ۱: الگوهای ذهنی مخاطب را به هم بریزید

سوالات، بحث های متفرقه و واقعیت های اجتماعی را پیش بکشید. به این ترتیب ذهن مخاطب تحریک می شود و سلول های خاکستری مغز به فعالیت وادار می شوند. الگوهایی که در ذهن قرار دارد، از بین می رود و حواس مخاطب متمرکز می شود. پرسیدن سوال بسیار مفید است زیرا ذهن را در حالت پاسخگویی و آمادگی در می آورد.

تأثیر روانی راهکار شماره یک همین است که ذهن مخاطب را تحریک می کند تا برای شنیدن حرف های شما آماده شود.

۲- راهکار شماره ۲: روی مشکل مشتریان تمرکز کنید

آیا موضوع اصلی صحبت های شما "راه حل" است؟ به این ترتیب به فروش خود صدمه خواهید زد. به تبلیغات اطراف خود بنگرید. همه آنها به سهولت استفاده، فراگیری و برتری محصول خود اشاره می کنند. به این عبارات بسیار پرداخته شده است. در صورتی که این مفاهیم باید در پس زمینه قرار بگیرند. در ملاقات ها و مکالمات حضوری نیز باید به این موضوع توجه شود. مردم تا زمانی که مشکل خود را درک نکنند اهمیتی به راه حل شما و ویژگی های آن نمی دهند. قبل از اینکه راه حل خود را مطرح و روی آن پافشاری کنید، مطمئن شوید که مخاطب شما مسئله و مشکل خود را کاملاً حس کرده و درگیر آن شده است. با دوباره طرح کردن مسئله، مشتری را متوجه اهمیت موضوع نمائید. هنگامی که شنونده با حرکات سر خود شروع به تأیید مسائل و مشکلات مطرح شده نمود، زمان ارائه و فروش راه حل فرا رسیده است.

۳- راهکار شماره ۳: یک تصویر ذهنی برای مشتری ایجاد کنید

فرض کنید که یک طراح کلاه می خواهد برای محصولات خود تبلیغ نماید. جمله "من یک طراح هستم و طرح های من توسط تولید کنندگان مختلف به بازار عرضه شده است" خیلی تکراری و بی تأثیر خواهد بود. بهترین راه ارائه تصویر ذهنی به مخاطب است. در این مثال او می تواند از کلاهی که هنر پیشه معروف سینما در یکی از فیلم ها به سر گذاشته بود، آغاز کند و وقتی این تصویر در ذهن شنونده تشکیل شد، بگوید که طراحی آن کلاه توسط او انجام شده است. این روش را می توان در صحبت کردن با یک فرد یا یک گروه به کار گرفت.

مردم افکار خود را با تصاویر به خاطر می سپارند. به همین علت امروزه آرم ها و تصاویر تبلیغاتی بسیار کارا شده اند. نفوذ به بخش تصویری مغز، قوی ترین راه برای ایجاد ارتباط با افراد است.

راهکار شماره ۲ و ۳ را ادغام کنید تا مخاطب تصویر روشنی از مشکل خود را در ذهن داشته باشد. در این صورت نیازی به هیچ کار دیگری نیست. خوب آنها به سراغ شما خواهند آمد.

آیا استفاده از هر ۳ راهکار ضروری است؟

جواب این سوال منفی است. شما می توانید از یک یا دو راهکار در جهت هدف خود استفاده کنید. در واقع، ممکن است یکی از این روش ها در مورد بخصوص شما و نتیجه ای که می خواهید بگیرید، به کار نیاید. ویژگی این ۳ مورد این است که در عین سادگی حداکثر تأثیر را دارند.

به ساختار این مقاله نگاه کنید. فرض کنید که این مقاله مقدمه ای برای شروع یک سخنرانی در مورد فروش در یک شرکت بزرگ صنعتی بود. من از مسائل مربوط به آن صنعت خاص سخن نگفتم، بلکه صحبت خود را از این سوال شروع کردم که آیا شما از این ۳ راهکار برای فروش استفاده می کنید؟ و به این ترتیب توجه شما را به خود جلب کردم. شما نیز در صحبت کردن با افراد مختلف می توانید از همین روش استفاده کنید. ضمناً این کارها نه فقط برای پیام های شفاهی بلکه در هر خبرنامه، تبلیغات، وب سایت و هر مکانی که شانس جذب مشتریان جدید وجود دارد، قابل استفاده هستند.

منبع: eMarketingway.ir

ارسالی از فاطمه رسولی

کارمند واحد مالی دفتر مرکزی بیمه پارسیان

صعود یکی از همکاران به قله دماوند



یکی از همکاران ICD بجنورد به قله دماوند صعود کرد. به گزارش «چتر» محمود رستمی کارشناس خسارت اتومبیل ICD بجنورد موفق شد برای دومین بار در ۱۶ اردیبهشت ۱۳۹۰ به قله دماوند صعود کند. گفتنی است وی پرچم بیمه پارسیان را نیز در این صعود به همراه داشت.

بازدید مدیر عامل و هیئت همراه از مجتمع کرمانشاه

مدیر عامل بیمه پارسیان و هیئت همراه از مجتمع بیمه ای این شرکت در استان کرمانشاه بازدید کردند.

به گزارش «چتر» چهاردهم اردیبهشت ماه حسین کریم خان زند مدیر عامل بیمه پارسیان به همراه محمدرضا تمجیدی مدیر امور بازار و آرام رشیدی مدیر روابط عمومی این شرکت از مجتمع کرمانشاه بازدید کردند.

در این دیدار که به تبادل نظر و گفتگوی صمیمانه با کارکنان مجتمع کرمانشاه انجامید مسایل مختلف پیرامون حوزه های مختلف کاری مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

کارکنان این مجتمع بیمه ای در پایان نسبت به استمرار اینگونه بازدیدها توسط مدیر عامل و مدیران ستادی ابراز امیدواری کردند و خاطر نشان ساختند که چنین برنامه هایی موجبات دلگرمی هر چه بیشتر کارکنان شرکت در شهرستان ها را فراهم می کند.

مقایسه بیمه‌نامه‌های باربری داخلی و مسئولیت متصدیان حمل و نقل

حلقه تعالی استر اتریک مدیر یت بیمه‌های باربری
مقدمه:

برای کالاهایی که از مبادی مختلف به مقاصد در نقاط مختلف کشور حمل می‌شوند دو نوع پوشش بیمه‌ای وجود دارد:

۱- بیمه‌نامه‌هایی که بیمه‌گذار آنها صاحبان کالا اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی بوده و نوع پوشش بیمه‌ای آنها در زمره بیمه‌های اموال است.

۲- بیمه‌نامه‌هایی که بیمه‌گذار آنها شرکت‌های حمل و نقل داخلی بوده و در گروه بندی بیمه‌ای در زمره بیمه‌های مسئولیت محسوب می‌شوند.

در این نوشتار که بر اساس تصمیم‌گیری در پنجمین جلسه حلقه تعالی استر اتریک واحد بیمه باربری تهیه شده، سعی بر آن است که ضمن بیان تفاوت‌های این دو نوع بیمه‌نامه، نظر کارشناسی خود را در رابطه با مزیت‌های بیمه‌نامه باربری داخلی نسبت به بیمه‌نامه مسئولیت متصدیان حمل و نقل داخلی برای صاحبان کالا، بیان نماییم. بدین منظور ابتدا تعاریف، خطرات تحت پوشش، زمان شروع و خاتمه تعهدات بیمه‌گر و همچنین خسارت‌های خارج از تعهدات بیمه‌گر در هر یک از این بیمه‌نامه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد و در پایان به تعدادی از مزیت‌های بیمه‌نامه باربری داخلی نسبت به مسئولیت متصدیان حمل و نقل برای صاحبان کالا اشاره می‌شود.

بیمه‌نامه باربری داخلی

و خطرات تحت پوشش در آن

بیمه‌نامه باربری داخلی یکی از انواع بیمه‌نامه‌های باربری است که صاحبان کالا برای تحت پوشش قرار دادن محموله‌هایی که مبداء و مقصد حمل آنها یکی از شهرهای ایران است آن را تهیه و خطرات تحت پوشش آن شامل خطرات اصلی و خطرات اضافی (بنا به درخواست بیمه‌گذار) ماست که لیست این خطرات به شرح زیر خواهد آمد.

الف- خطرات اصلی

آتش سوزی و حادثه وسیله نقلیه شامل تصادف، تصادم، واژگون شدن و سقوط وسیله نقلیه.

ب- خطرات اضافی:

این خطرات بر حسب نیاز بیمه‌گذار به خطرات اصلی اضافه می‌شود و رایج ترین آنها عبارتند از:

۱- سرقت کلی محموله با وسیله نقلیه

۲- خسارات ناشی از تخلیه و بارگیری

۳- خسارات ناشی از پرتاب شدن کالا از روی وسیله حمل

۴- خسارات ناشی از آبدیدگی

۵- خطر غرق کالا در حمل دریایی بین بنادر و جزایر ایرانی یا کشتی طبقه بندی شده

بدیهی است هر چه خطرات تحت پوشش افزایش یابد حق بیمه پرداختی توسط بیمه‌گذار بیشتر خواهد شد

شروع و خاتمه تعهدات بیمه‌گر در بیمه‌نامه باربری داخلی

اعتبار این بیمه‌نامه از زمانی که کالا روی وسیله حمل

برای آغاز حمل بارگیری می‌شود، شروع و هشت روز پس از رسیدن کالا به انبار موسسه حمل و نقل در مقصد و یا تحویل آن به گیرنده کالا (هر کدام زودتر تحقق یافت) خاتمه می‌یابد. علیرغم مدت اشاره شده، در اغلب موارد کالا پس از حمل و رسیدن به مقصد تحویل گیرنده شده و مدت هشت روز فاصله بین رسیدن کالا به انبار شرکت حمل و نقل تا تحویل به گیرنده منتفی است.

خسارت‌های خارج از تعهدات بیمه‌گر

در بیمه‌نامه باربری داخلی

۱- کسری کالا مگر اینکه این کسری مستقیماً ناشی از خطرات تحت پوشش، حادث شده باشد.

۲- تقلیل بها به علت ناقص شدن دست یا جفت

۳- خسارت وارده به بسته بندی و برچسب روی آن مگر اینکه کالا نیز خسارت دیده باشد.

۴- کسر وزن معمولی و یا متعارف کالا

۵- خسارت‌های ناشی از جنگ، شورش، اعتصاب و یا تهاجم

۶- خسارت‌های مستقیم و غیر مستقیم ناشی از انفجارهای هسته‌ای

۷- خسارت‌های وارده به مورد بیمه حین گریز از تعقیب مقامات انتظامی مگر آنکه عمل گریز توسط متصرفین غیر قانونی باشد.

۸- خسارت ناشی از هرگونه تغییر مسیر عادی و متعارف وسیله حمل کالا

۹- خودسوزی کالا

۱۰- برخورد مستقیم محموله با جسم خارجی یا افتادن بار از روی وسیله حمل. (خسارت ناشی از مستقیم محموله با جسم خارجی یا افتادن بار از روی وسیله حمل مشروط به پرداخت حق بیمه اضافی قابل پوشش خواهد بود). علاوه بر موارد فوق شرکت بیمه ممکن است خسارات دیگری را با توجه به نوع کالا و نحوه حمل از پوشش بیمه‌ای خارج نماید.

بیمه‌نامه مسئولیت متصدیان حمل و نقل و خطرات

تحت پوشش در آن

بیمه‌نامه مسئولیت متصدیان حمل و نقل یکی از انواع بیمه‌نامه‌های مسئولیت است که متصدیان حمل و نقل جهت تحت پوشش بیمه قرار دادن مسئولیت خود در مقابل صاحبان محموله‌هایی که حمل می‌کنند، آن را تهیه می‌نمایند. خطرات تحت پوشش در این نوع بیمه‌نامه شامل موارد زیر است:

- تصادف و واژگونی وسیله نقلیه و یا برخورد کالا با شیئی ثابت

- خسارت‌های وارد به کالا در اثر پرتاب شدن از روی وسیله نقلیه

- آتش سوزی، صاعقه و انفجار وسیله نقلیه.

- سرقت کلی محموله با وسیله نقلیه.

در این نوع بیمه‌نامه بیمه‌گر تا بیست درصد تعهدات خود متعهد جبران هزینه‌های زیر نیز خواهد بود:

هزینه‌های لازم و متعارف جهت نجات کالا و جلوگیری از توسعه خسارت پس از وقوع حوادثی که جبران آن در تعهد بیمه‌گر باشد.

۲- هزینه دادرسی و دفاع از بیمه‌گذار که به صورت متعارف در ارتباط با خطرات بیمه شده در مراجع قضایی ثبت شده باشد.

شروع و خاتمه تعهدات بیمه‌گر در بیمه‌نامه

مسئولیت متصدیان حمل و نقل

تعهدات بیمه‌گر تحت این قرارداد پس از تکمیل بارگیری کالا در مبدأ، آغاز و همزمان با شروع تخلیه در مقصد مندرج در بارنامه خاتمه می‌یابد.

خسارت‌های خارج از تعهدات بیمه‌گر در بیمه‌نامه

مسئولیت متصدیان حمل و نقل

جبران خسارت‌هایی که به طور مستقیم و یا غیر مستقیم در نتیجه عوامل زیر به کالای مورد حمل وارد آمده باشد در تعهد بیمه‌گر نیست:

۴-۱- جعل اسناد و خیانت در امانت و هر نوع عمل عمد یا مجرمانه بیمه‌گذار (شامل کارکنان و نمایندگان وی)، راننده و یا کمک راننده وسیله نقلیه

۴-۲- حوادث طبیعی مانند سیل، طوفان، زلزله، آتشفشان

۴-۳- جنگ، شورش، اعتصاب، بلوا، ضبط و مصادره

۴-۴- تشعشعات رادیواکتیو و فعل و انفعالات هسته‌ای

۴-۵- عیب ذاتی و یا خودسوزی کالاها

۴-۶- هرگونه خسارت غیر مستقیم و عدم النفع و کاهش ارزش کالا در بازار

۴-۷- حمل کالاها قاقاق و غیر مجاز

۴-۸- خسارت هنگام تخلیه و بارگیری

۴-۹- عدم صلاحیت راننده برای رانندگی وسیله نقلیه با توجه به نوع گواهی نامه

۴-۱۰- ریزش، روندگی، آبدیدگی، مگر این که ناشی از تحقق خطرات تحت پوشش این بیمه‌نامه باشد

۴-۱۱- کاهش طبیعی وزن محموله

۴-۱۲- سرقت قسمتی از محموله و یا هر نوع سرقت ناشی از خیانت در امانت

۴-۱۳- فقدان کالا

۴-۱۴- تغییر وسیله حمل جز با موافقت قبلی بیمه‌گر

۴-۱۵- خسارت وارده به علامت و بسته بندی کالا.

خسارت ناشی از تخلیه و بارگیری و آبدیدگی مشروط به پرداخت حق بیمه اضافی قابل پوشش خواهد بود.

مزیت‌های بیمه‌نامه باربری داخلی نسبت

به بیمه‌نامه مسئولیت متصدیان حمل و نقل برای صاحبان کالا

در بیمه‌نامه‌های باربری داخلی مورد بیمه شامل محموله و بیمه‌گذار صاحب کالا است. اما در بیمه‌نامه‌های مسئولیت متصدیان حمل و نقل مورد بیمه شامل مسئولیت متصدیان حمل و نقل در مقابل صاحب کالا بوده و بیمه‌گذار شرکت حمل و نقل است. در بیمه‌نامه باربری داخلی در صورت وقوع خسارت احتمالی بیمه‌گر می‌تواند حق جانشینی خود را نسبت به شرکت حمل و نقل جهت جبران خسارت وارده اعمال کند، اما در بیمه‌نامه مسئولیت متصدیان حمل و نقل داخلی حق جانشینی به‌طور معمول نسبت به

متصدی حمل و نقل لحاظ نمی‌شود اما ممکن است در مورد مسبب حادثه (مانند راننده) این حق اعمال گشود.

بیمه‌نامه باربری داخلی قرارداد مستقیم بین صاحبان کالا و شرکت‌های بیمه‌ای است. بنابراین در این نوع قراردادها مذاکرات رو در رو یکی از عوامل موثر در اجرای بهینه مفاد قرارداد و حفظ منافع بیمه‌گر و بیمه‌گذار است.

حال آنکه در قراردادهای بیمه‌های مسئولیت متصدیان حمل و نقل، صاحبان کالا در انتخاب بیمه‌گر هیچگونه نقشی نداشته و برای جبران خسارت می‌بایست به متصدی حمل و نقل مراجعه و شرکت حمل و نقل نیز قبل از هرگونه پاسخگویی ابتدا از شرکت بیمه خود (بیمه‌گر مسئولیت متصدی حمل و نقل) درخواست جبران خسارت می‌نماید

که این پروسه تا حد زیادی دسترسی صاحبان کالا به حقوق خود را در مواقع وقوع خسارت با مشکلات مواجه می‌سازند که اهم آن عبارتست از:

۱- عدم پرداخت حق بیمه بیمه‌نامه مسئولیت متصدی حمل و نقل به شرکت بیمه که باعث عدم اعتبار این بیمه‌نامه می‌شود.

۲- عدم ارسال لیست اطلاعات مربوط به کالاهای حمل شده در مهلت تعیین شده در قرارداد بیمه مسئولیت متصدیان حمل و نقل، توسط شرکت حمل و نقل که باعث می‌شود محموله فوق تحت پوشش این بیمه‌نامه قرار نگیرد.

۳- عدم رعایت محدودیت‌های مندرج در قرارداد بیمه مسئولیت متصدیان حمل و نقل از طرف شرکت‌های حمل و نقل و در نتیجه عدم احراز تعهدات در مورد پرداخت خسارت از طرف شرکت بیمه‌گر مسئولیت.

۴- عدم امکان انتخاب ریسک‌های مورد نظر صاحبان کالا در قراردادهای بیمه مسئولیت متصدیان حمل و نقل، به دلیل متحدالاشکال بودن این نوع بیمه‌نامه‌ها و تدوین شرایط آن از طرف بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران.

در حالیکه در بیمه‌نامه‌های باربری داخلی این امکان وجود دارد که علاوه بر پوشش‌های اصلی بیمه‌نامه (آتش سوزی و حادثه وسیله نقلیه شامل تصادف، تصادم، واژگون شدن و سقوط وسیله نقلیه)، خطرات اضافی (خسارات ناشی از سرقت کلی محموله با وسیله نقلیه، تخلیه و بارگیری، پرتاب شدن کالا از روی وسیله حمل، آبدیدگی و ...) با انتخاب بیمه‌گذار و موافقت بیمه‌گر نیز تحت پوشش بیمه‌نامه قرار بگیرد.

۵- ناکافی بودن انگیزه پیگیری خسارت از شرکت بیمه‌گر مسئولیت متصدی حمل و نقل از طرف شرکت حمل و نقل بدلیل نبود منافع مستقیم در تصفیه خسارت. در حالی که صاحبان کالا جهت تصفیه خسارت از طریق بیمه‌گر باربری داخلی بدلیل دارا بودن منافع مستقیم دارای انگیزه کافی جهت پیگیری خسارت هستند.

۶- در بیمه حمل و نقل داخلی به لحاظ آنکه پس از پرداخت خسارت امکان باز یافت خسارت یا بخشی از آن از شرکت‌های حمل و نقل و یا شرکت‌های بیمه آنها وجود دارد رغبت بیشتری در پرداخت خسارت نشان داده می‌شود و فرایند تصفیه خسارت نیز در زمان کوتاه‌تری انجام خواهد شد. خصوصاً آنکه برای جبران خسارت وجود واسطه بین صاحبان کالا و شرکت بیمه منتفی است.

برج آزادی تحت پوشش بیمه آتش سوزی بیمه پارسیان قرار گرفت

پس از تحت پوشش قرار گرفتن بیمه مسئولیت مراجعه کنندگان برج آزادی، این بار برج آزادی تحت پوشش بیمه آتش سوزی بیمه پارسیان قرار گرفت.

میدان آزادی از سابقه ۴۳ ساله برخوردار است و در حال حاضر زیر نظر بنیاد فرهنگی انقلاب اسلامی اداره می‌شود.

مساحت برج ۱۲ هزار متر مربع است که هر روز مراجعه کنندگان زیادی برای بازدید به آن مراجعه می‌کنند.

نمایندگی ۵۱۲۵۶۰ نجاتی موفق به انجام بیمه آتش سوزی برج آزادی شد.

لازم به ذکر است همراه با این قرارداد تالار وحدت نیز که به عنوان چهارمین تالار بزرگ دنیا شناخته می‌شود تحت پوشش بیمه آتش سوزی بیمه پارسیان قرار گرفت.



اجرای طرح بیمه زائر توسط بیمه پارسیان در مشهد

مدیرعامل کانون فرهنگی انصارالمهدی در نشستی خبری که در دفتر مرکزی بیمه زائر برگزار شد، گفت: بیمه زائر از اسفندماه ۸۹ و طبق قراردادی که با بیمه پارسیان داشت، شروع به فعالیت کرد و در ایام نوروز ۹۰ این طرح به‌صورت آزمایشی در مشهد اجرا شد. به گزارش شهرا، اصغر غفوریان افزود: هدف اصلی این بیمه، ایجاد یک زائر کارت و دادن تخفیفات و تسهیلات برای زائران است که با هماهنگی سازمان میراث و گردشگری و استانداردی اجرا شده. وی تصریح کرد: ۸ برنامه کلی برای این طرح گنجانده شده که شامل بیمه، اسکان، تغذیه، تفریحات، خرید و سوغات، گردشگری، آموزشی و فرهنگی را تحت پوشش قرار می‌دهد.

و هزینه هر زائر کارت ۲۰۰ تومان است. غفوریان خاطر نشان کرد: ایستگاه اول اجرای این طرح، مشهد است و در آینده به صورت ملی مطرح خواهد شد. وی با اشاره به ورود حدود ۶ میلیون زائر در ایام نوروز ۹۰ افزود: با توجه به گذشت مدت زمان کوتاهی که از اجرای طرح بیمه زائر می‌گذرد، همچنین به دلیل ضعف در اطلاع‌رسانی نتوانسته‌ایم عملکرد خوبی در نوروز داشته باشیم که امیدواریم در تابستان سال جاری عملکرد بهتری داشته باشیم. غفوریان تصریح کرد: این بیمه برای مدت ۱۰ روز اعتبار دارد و برای فوت و نقص عضو، پوشش یک میلیون تومان و هزینه پزشکی ۱۰۰ هزار تومان را تحت پوشش قرار می‌دهد.

نماینده بیمه پارسیان در همدان:

اطلاعات کافی نسبت به دانش روز بیمه راندمان کاری را افزایش می دهد



آن نسبت به بازار تنظیم شود می توان به صورت گسترده فعالیت نمود.

در مورد تعامل نمایندگان با یکدیگر و همچنین واحدهای صدور چه نظری دارید و آیا از نحوه ارتباط مدیران ستادی پارسیان با نمایندگان رضایت دارید؟

بیمه پارسیان یک خانواده بسیار بزرگ است و تعامل اعضای این خانواده با یکدیگر جزو لاینفک پیشرفت در این شرکت است. تعامل نمایندگان در شهر با توجه به آرامش خاطر که در ایجاد روابط از طرف مجتمع بیمه‌های همدان صورت گرفته موجب افزایش تبادل اطلاعات و جذب پرتفوی بیشتر شرکت بیمه پارسیان خواهد شد. لازم به ذکر است افزایش ارتباط مدیران ستادی بیمه پارسیان با نمایندگان حتی الامکان در دوره‌های معین موجب افزایش کاربری نماینده می شود. بنده در همین جا از زحمات بی دریغ کلیه مدیران و همکاران محترم کمال تشکر و قدردانی را دارم.

چه توصیه‌ای برای نمایندگان جهت بالا بردن پرتفوی نمایندگی دارید؟

قاعدتا داشتن دانش کافی نسبت به بیمه، اطلاعات کافی نسبت به بازار روز بیمه، درک و احترام به مشتری در هر شرایطی سبب افزایش بازده در فروش بیمه‌نامه می شود.

برای حفظ مشتریان خود از چه ابزارهای تشویقی باید استفاده کنیم؟

اهمیت به هر آنچه که برای مشتری ارزشمند است و پیشنهاد بیمه‌ای مناسب و درخور مشتری فراهم کردن محیطی صادقانه و دوستانه در هنگام فروش بیمه، پرداخت دقیق و به موقع خسارت با کمترین اتلاف وقت، ایجاد دفاتر فروش و پرداخت خسارت در شهرستان‌ها جهت افزایش بازده و نهایتاً ایجاد حسن اعتماد با ارایه خدمات کامل.

در پایان اگر پیشنهادی برای شرکت یا حرفی برای خوانندگان چتر دارید بفرمایید؟

با عنایت به اینکه در فروش موفق بیمه اصل ورود به بازار هدف است لذا همکاری و پشتیبانی بیشتر شرکت در قبال ایجاد شرایطی مناسب را خواستارم.

در پایان ضمن عرض قدردانی از تمامی همکاران محترم و مدیران ارجمند که همیشه لطف ایشان شامل حال بنده بوده، از کلیه دست‌اندرکاران محترم نشریه چتر که همواره موجب ارتقای سطح فرهنگی و اجتماعی همکاران می شود کمال تشکر و امتنان را دارم.

غیر حرفه‌ای نسبت به شکست نرخ بیمه‌نامه‌ها اقدام می کنند لزوم نظارت دقیق بیمه مرکزی را محرز می نماید نیاز به ایجاد تعادل در نرخ تعرفه رشته‌های مختلف بیمه‌ای جهت ورود به بازار و رقابت با سایر بیمه‌ها و ایجاد اعتماد به نفس بیشتر نمایندگان در فروش بیمه‌ها ضرور است که البته در بعضی از رشته‌های بیمه‌ای نرخ تعرفه شرکت مناسب است.

به نظر شما برای فرهنگ سازی در زمینه بیمه چه اقداماتی را می توان صورت داد؟

در این مورد می توان گفت پیش نیاز هر فعالیت اقتصادی و اجتماعی، فرهنگی متناسب با همان فعالیت است و با عنایت به عدم شناخت کافی عموم جامعه از صنعت بیمه ضرورت فرهنگ سازی بیمه‌ای دو چندان می شود. با مشخص کردن بازار هدف می توان از مراجع ذی صلاح جهت تبلیغات مانند صدا و سیما، روزنامه‌ها و تبلیغات گسترده در سطح شهر نسبت به بالا بردن فرهنگ بیمه‌ای در جامعه اقدام کرد. این نمایندگی در این خصوص فعالیت گسترده‌ای انجام داده است به عنوان نمونه در میان حدود ۲۵۰۰۰ نفر از مجمع‌های گوناگون اصناف نسبت به برقراری جلسات مداوم چاپ و پخش بروشورهای مختلف و اطلاع رسانی در فروش بیمه اقدام نموده است.

آیا آزاد سازی یا حذف تعرفه موجب رقابت خواهد شد؟

با عنایت بر سیاست بیمه مرکزی و با توجه به آزاد سازی نرخ تعرفه، متأسفانه موجب آشفتگی بازار بیمه شده و رقابت سالم در بازار فروش را از بین می برد که حتی عملکرد صحیح در بازار یابی بیمه بدون توجه به نرخ و تعرفه اعلامی از سوی سایر شرکت‌های بیمه‌ای با شکست مواجه می شود و نرخ شکنی در بازار بیمه در بلند مدت گریبانگیر شرکت‌های در حال توسعه شده و صدمات جبران ناپذیری را موجب می شود.

شما بیشتر تمایل به صدور کدام رشته‌های بیمه‌ای دارید؟

تمایل به فروش رشته‌های مختلف بیمه‌ای ناشی از نیاز و کشش جامعه و فرهنگ خاص اجتماعی و اقتصادی آن و خدمات شرکت‌های بیمه‌ای در هنگام فروش بیمه‌نامه و نحوه پرداخت خسارت است. با توجه به اینکه همدان همواره

بهره متوسطی از صنعت کشور برده است صدور بیمه‌نامه‌های مسئولیت فصلی است ولیکن توریستی بودن همدان و فضای آرام حاکم بر این شهر در زمینه فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری و آتش سوزی در صورتی که تعرفه

سپیده حیدری سنگستانی یکی از نمایندگان فعال بیمه پارسیان در استان همدان است که در این شماره از ماهنامه چتر به سرخ او رفتیم تا از تجربیاتش بگوئیم. او معتقد است شناخت نیاز مشتری، ارایه اطلاعات دقیق و صادقانه در هنگام معرفی محصول، پیگیری‌های مداوم و همکاری با بیمه‌گذار در زمان وقوع خسارت از مهمترین دلایلی است که باعث شده در زمره نمایندگان برتر بیمه پارسیان قرار بگیرد.

خانم حیدری از سوابق کاری خود بگوئید و اینکه چرا نماینده بیمه پارسیان شدید؟

مسئول کنترل کیفی در کارخانجات صنعتی عضو نظام مهندسی ساختمان در رشته مهندسی مکانیک پایه دو بودم و با توجه به اهمیت صنعت بیمه در کلیه امور اجرایی که صدمات و خسارت‌های جانی و مالی جزو لاینفک این امور است و عدم اطلاع رسانی دقیق پیمانکاران و عوامل صنعتی و ساختمانی تمایل اینجانب را نسبت به فعالیت در این حیطه باعث شد که با توجه به خوشنامی مشتری مداری و توانایی بیمه پارسیان در ارایه بیمه‌های نوین اینجانب خواستار اخذ نمایندگی از این شرکت شدم.

سهم شما از رشته شخص ثالث چه میزان است؟

۲۳ درصد

آیا شما به فروش بیمه‌های اجباری اعتقاد دارید؟

اعتقادی به فروش بیمه‌های اجباری ندارم ولیکن چنانچه فروش این بیمه‌ها کنترل شده و با هدف نفوذ در بازار وسیع بیمه‌ای باشد موجب شناخت عامه مردم شده و می تواند باعث افزایش سهم شرکت از سایر پرتفوها شود.

آیا طرح بیمه پارسیان برای عرضه بیمه‌های اختیاری مانند عمر و آتش سوزی منازل مناسب است؟

طرح مناسبی است البته عوامل مختلفی در نتیجه گیری از این طرح موثر خواهد بود، که از جمله داشتن شناخت کافی از بازار فروش، توانایی‌های شرکت و انعطاف پذیری بیمه‌ها، قراردادن اطلاعات جامع و کافی در اختیار بیمه‌گذار و نحوه صحیح بازار یابی و تبلیغات موجب افزایش رضایت مشتری شده و در نتیجه به فروش بیشتر کمک می کند.

برای فروش بهتر بیمه‌های عمر چه توصیه‌ای برای سایر نمایندگان دارید؟

بیمه عمر در زمره بیمه‌هاییست که به دلیل عدم اطلاع رسانی کافی نیاز به خرید آن در عموم جامعه کم اهمیت تلقی می شود در صورتی که پتانسیل بسیار بالایی به صورت بالقوه برای خرید این بیمه نامه وجود دارد که با داشتن اطلاعات کافی از شرایط سایر شرکت‌های بیمه، اطلاعات کامل و کافی نماینده از شرایط بیمه‌ها، شناخت بازار و نیاز مشتری با توجه به شرایط فرهنگی هر قشر از جامعه و شرکت در سمینارها و کلاس‌های آموزشی منجر به فروش این بیمه‌نامه در فضایی کاملاً صادقانه خواهد شد.

نظر شما در مورد نرخ تعرفه رشته‌های مختلف بیمه‌ای چیست؟

با توجه به ارزش مادی و معنوی بیمه در اجتماع حفظ تعرفه‌های معقول منجر به ایجاد رقابت سالم و فعالیت سودآور در این زمینه و گسترش صنعت بیمه می شود ولیکن متأسفانه وجود شرکت‌هایی که به طور دائمی به صورت

چگونگی پرداخت خسارت در صنعت بیمه

معایب و راه‌های تقابل با آن

ادامه از شماره قبل

وجه دیگر این است که خسارت واقعاً محقق نشده است، ولی بیمه‌گذار مدارکی نه چندان متقن داتر بر وقوع خسارت ابراز می کند. بیمه‌گر به طور قطع از عدم وقوع خسارت ابراز می کند. بیمه‌گر به طور قطع از عدم وقوع خسارت آگاه نیست ولی قرائنی دال بر این امر در پیش رو دارد. بررسی‌های بعدی به بیمه‌گر نشان می دهد که خسارت غیر واقعی است، ولی چه باید کرد؟ رد خسارت با مواعی مواجه است ولی اطلاع زمان پرداخت میسر است. در این حال ممکن است یک پرونده خسارت چند سال معطل بماند. بیمه‌گذار در انتظار وصول خسارت و بیمه‌گر در انتظار دلایلی که به استناد آن‌ها خسارت را پرداخت نکند برای وصول به این هدف بیمه‌گر در تمام مدت در صدد آفتابی کردن واقع امر است، گرچه کمتر موفق می شود. در هر مورد، بیمه‌گر با یک مسئله بزرگ رو به رو است، مسئله کشف واقع یا یافتن دلایل غیر واقعی بودن خسارت، اما این امری است که نیاز به وسایلی قوی و کارآمد دارد. بیمه‌گران باید بازسازی کارآمد، آگاه و مطمئن در اختیار داشته باشند که قادر باشند خلاف واقع بودن دعوی بیمه‌گذار را ثابت کنند. باید پذیرفت که در ایران بیمه‌گران از دسترسی به چنین نیرویی محروم اند. کشف تقلب و صحنه سازی در بیمه یا کشف خلاف و اغراق گویی در بیمه، بسیار با اهمیت و بارز است ولی رسیدن به آن بسیار دشوار. وجود چنین نیرویی برای تامین سلامت امر بیمه و رهیافت به بازاری پالوده از آلودگی ضروری است، ولی دور از دسترس است. موارد متعددی است که بیمه‌گذاران اموال بیمه شده را به علل گوناگون آتش می زنند و قرائنی هم گواه بر این امر وجود دارد. در این قبیل موارد بیمه‌گران تلاش می کنند دلایل عمدی بودن را بیابند، ولی احتمال دسترسی به دلایل بسیار ضعیف است و ناچار به پرداخت خسارت می شوند. این وضع هم آثار سوء خود را در صنعت بیمه بر جای می نهد و هم به اعتماد بیمه‌گران ضربه‌های کاری وارد می کند.

مشکلی که در بسیاری از موارد در امر خسارت بروز می کند با شرایط و مندرجات بیمه‌نامه مرتبط است. قبول هر خطر از طرف بیمه‌گر باید با مطالعه و بررسی لازم صورت گیرد و کار صدور بیمه‌نامه و تعیین شرایط خصوصی و خطرهای بیمه شده با سهل انگاری انجام نشود. گاه بیمه‌گر زمانی متوجه نمی شود که در تنظیم بیمه‌نامه دقت نشده که خطر واقع شده است.

در این زمان کسانی که بررسی خسارت را به عهده دارند از نواقص مندرجات بیمه‌نامه آگاه می شوند، ولی امکان برای جبران خطا وجود ندارد. هر جمله و هر کلمه قرارداد باید درست حاوی مقصود باشد. اگر در انتخاب جمله یا کلمه بار مفاد و معنای آن مورد توجه قرار نگیرد، در هنگام وقوع خسارت منشاء اختلاف طرفین قرارداد می شود. غالباً شرایط خصوصی بیمه‌نامه کلیشه‌ای و به روال واحد است و از توجه به این امر که خطرات یکسان نیستند و به حسب اقتضا و شرایط باید در شرایط خصوصی متداول تجدیدنظر گردد غفلت می شود. در این موقعیت، با وقوع خسارت بیمه‌گر خود را در وضع نامساعدی می بیند، با آگاهی از این که واقعاً پوشش خطری که واقع شده مورد نظر نبوده و صرفاً خطا در تنظیم بیمه‌نامه تعهدساز است، می خواهد خود را از بار تعهد ناخواسته نجات دهد.

اگر چه معمولاً راه برون رفت از مشکل بسیار دشوار و غالباً ناموفق است و بیمه‌گر به اكمال باید مندرجات بیمه‌نامه را ملاک قرار دهد و نتیجه خطایی را که در سازمان اتفاق افتاده بپذیرد، ولی فیصله کار و رسیدن به توافق با بیمه‌گذار مدت‌ها به طول می انجامد.

۳- اگر چه بیمه‌گذارانی هستند که از بیمه قصد سوء استفاده دارند ولی نمی توان همه بیمه‌گران را با حسن نیت و حق گزار دانست، گاه بیمه‌گر برای جلب مشتری از گسترده ترین تبلیغات بهره می گیرد و این تصور را در اذهان مردم جای می دهد که از زنده ترین و مجهزترین موسسات بیمه است و بهترین خدمات را در کوتاه‌ترین زمان به بیمه‌گذاران عرضه می کند. این ادعاها در ارتباط با خدمات مربوط به صدور بیمه‌نامه درست است. مشتریان با گر می پذیرفته می شوند و تنظیم قرارداد به سرعت انجام می گیرد و با احترام محل را ترک می کنند.

ادامه در شماره بعد

سنجیده صحبت کنیم

باید برای کسب موفقیت و ارتقا مقام تصویری درست ایجاد کنیم. باید عاقلانه سنجیده آزموده معرب و قابل اعتماد رفتار کنیم. لحظاتی وجود دارند که بعد از طی مراحل دشوار انجام کارها تنها با یک حرکت حساب نشده یا کلمه‌ای نسنجیده همه چیز از بین می‌رود و نابود می‌شود. ما باید در هنگام صحبت کردن زبان خود را کنترل کنیم و موارد زیر را بر زبان نیاوریم. اظهار نظرهای بیجا لطیفه‌های زشت یا هر نکته‌ای که بخشی از اجتماع را طرد نماید. تبعیض قایل شدن بین جنسیت‌های زنان و مردان. تجسس در امور افراد. تکبر و خود پسندی.

استفاده از کلمات ناسزا و توهین آمیز. گله و شکایت. شایعه پراکنی. مطرح کردن تصور واقعی تان از افراد. شاید عاقلانه‌تر باشد که بیاموزیم هراز گاه و در جای خود صحبت کنیم تا این که دائما مشغول حرف زدن باشیم. اگر زبان را به حال خود رها کنیم بیشتر احتمال خطا و اشتباه می‌رود. اگر پیش از آغاز سخن با دقت بیندیشیم اندکی تأمل کنیم و فرصت مزمزه حرف خود را داشته باشیم قطعاً آنچه می‌گوییم صحیح و دقیق است. گفتارمان با دقت و پرايش شده و درست خواهد بود. بنابراین فردی بالغ و عاقل به شمار می‌آید.

ارسالی از رحیم میر
نماینده بیمه پارسیان در گرگان

ایستگاه بازاریابی

با آموزش می‌توان...



با آموزش می‌توان انسان‌ها را متحول کرد. با آموزش می‌توان شرکت‌ها و سازمان‌ها را شکوفا نمود. و با آموزش می‌توان جهان را تغییر داد. به عنوان عضو کوچکی از خانواده پارسیان بزرگ افتخار این را داشتیم تا در اجلاس MDRT ۲۰۱۱ EX در شهر سنگاپور حضور یابیم و پرچم زیبایی بیمه پارسیان را به نمایندگی از تمامی نمایندگان در سالن کنفرانس SUNTEX CITY در حضور ۵ هزار نفر از نخبگان فروش بیمه عمر به اهتزاز در بیاوریم. شرکت در این همایش دیدگاه‌های جدیدی را به من عرضه کرد و تجربیات ارزشمندی را به دست آوردم. اولین موضوع حائز اهمیت این بود که افرادی از سراسر دنیا در یک سالن جمع می‌شوند و عاشقانه شغلشان را دوست دارند و همواره بر رعایت اخلاق حرفه‌ای و احترام متقابل بین همکاران و مشتریانشان به دور از هر حسادت، تنگ‌نظری و یا هر گونه رقابت ناسالم تأکید می‌کنند. از لحظه ورود در بین این گروه حس بسیار خوبی داشتیم و احساس می‌کردم که سال‌های زیادی این افراد را می‌شناسم. همه لبخند بر لب، سعی در برقراری ارتباط با یکدیگر و تمایل به کمک کردن داشتند، به دور از هر صف بندی، مهم نبود که از کدام نقطه دنیا آمده‌ای، با چه رنگ پوستی و یا با چه زبانی صحبت می‌کنی؛ همه آمده بودند تا انرژی کسب کنند و انرژی‌ها را تبدیل به سی‌نرژی کنند، آمده بودند تا تجربیاتشان را با یکدیگر به مشارکت بگذارند، آمده بودند تا شاداب و شادمان در کنار یکدیگر آموزش‌های جدید را کسب کنند، آمده بودند تا با کسب آموزش‌های جدید خون تازه‌ای در رگ‌های سازمانشان به جریان بیندازند، تا از این راه بتوانند خدمات بیشتری به جامعه‌شان ارائه کنند و مردم بیشتری را تحت پوشش بیمه در بیاورند و از این راه هم به مردم کشورشان خدمت کرده و هم به رشد و شکوفایی سازمانشان کمک کنند.

در این اجلاس آموختم که آموزش می‌تواند دنیا را تغییر دهد، با آموزش می‌توان انگیزه ایجاد کرد و این سه عامل عوامل اصلی رشد و توسعه و تعالی هر شرکت و سازمانی خواهد بود. اگر نگرش مان را نسبت به آموزش تغییر داده و این امر را نوعی سرمایه‌گذاری بدانیم نه هزینه، شاهد موفقیت در هر زمینه‌ای خواهیم بود. هدف از برگزاری این همایش که در هر سال حداقل سه مورد آن زیر نظر مستقیم MDRT برگزار می‌شود عبارت بود از: آموزش نگرش مثبت اندیشی، هدف‌گذاری برنامه‌ریزی مذاکرات و ارتباطات، تیم‌سازی، تیم‌داری، مدیریت و رشد منابع انسانی که در این امر بیشترین اهمیت و زمان آموزش در این مدت را به خود اختصاص داده بود.

امیدوارم که در آینده نزدیک و در اجلاس‌های بعدی تعداد بیشتری از نمایندگان محترم بیمه پارسیان در چنین اجلاس‌هایی حضور داشته باشند تا دستاوردهای خود را سخاوتمندانه در اختیار همکارانمان بگذاریم و هر چه بیشتر در جهت رشد و شکوفایی شرکت و خانواده عزیز و بزرگ پارسیان گام برداریم.

به امید روزی که پرچم پارسیان بر قله بیمه کشور به اهتزاز درآید و در همه ابعاد رتبه نخست را در جمع شرکت‌های بیمه‌ای کشور به دست آورد.

مدیریت استرس



ناهدید علیمحمدی

کارشناس بخش توسعه سیستم‌های اطلاعاتی

استرس اشاره به احساس فشار و ناراحتی در برخورد با پدیده‌هایی دارد که تعادل طبیعی انسان را در برخورد با مسایل از بین برده و میزان زیاد آن می‌تواند منجر به علائم روانی و جسمی منفی شود.

برخی از منابع استرس در محیط کار

داشتن کار بیش از حد و تحت فشار بودن از نظر زمانی و مواجهه بودن با زمان‌های اوج کار

تبعات بسیار منفی در صورت بروز اشتباه

نیاز به توجه مداوم و تمرکز به یک موضوع

فقدان اختیارات لازم برای انجام کار

دشواری در حل مسایل اخلاقی در محیط کار

برخی از روش‌های مدیریت استرس (جنبه‌های روابط انسانی در کار)

صراحت در بیان نظرات و احساسات خود و واقعی کردن انتظارات خود از دیگران

نه گفتن در مواقع لازم بدون احساس گناه و محول کردن مسئولیت به اشخاص مربوطه

شنونده خوب بودن و تلاش برای گسترش حمایت‌های عاطفی اجتماعی

برخی از روش‌های مدیریت استرس (نگرشی)

ایجاد و تقویت حس شوخ طبعی و جلوگیری از گسترش افکار بدبینانه با گذشت بودن نسبت به دیگران و واقع بین بودن در مورد آنچه می‌توان به دست آورد

بی تفاوتی به موارد استرس‌زای بی‌اهمیت و اهمیت دادن به پیدا کردن یک سرگرمی هفتگی

برخی از روش‌های مدیریت استرس (حفظ سلامت)

توجه به حفظ سلامتی و حفظ رژیم غذایی متعادل و کاهش تدریجی

و توقف سیگار کشیدن

ورزش منظم و مناسب و خواب به اندازه کافی

برای بهره‌وری از مطالب ذکر شده می‌توان با مروری بر فعالیت‌هایی که در یک روز کاری انجام می‌شود، در جدولی حاوی ۳ ستون، موارد زیر را به طور دقیق نوشت:

ستون اول: منابع مهم استرس‌زای محیط کاری خود

ستون دوم: شیوه‌هایی را که در حال حاضر برای مدیریت آنها به کار می‌بریم

حال می‌توان با توجه به روش‌های مدیریت استرس در ستون سوم مشخص نمود که در آینده علاقه‌مند به استفاده از کدامیک از آنها به طور عمومی و نیز به صورت خاص در محیط کار برای مدیریت هر یک از منابع استرس شناسایی شده در ستون اول هستیم.

کار گروهی

«هر کس» آن را انجام نمی‌دهد. بالاخره موضوع به این جا ختم شد که وقتی «هیچ کس» کاری را که «کسی» می‌توانست انجام دهد، انجام داد، «هر کس»، «یک نفر» را مقصر دانست.

ارسالی از اداره آموزش

«کسی» می‌توانست آن را انجام دهد ولی «هیچ کس» آن را انجام داد. «یک نفر» خشمگین شد، چرا که این مسئولیت «هر کس» بود. «هر کس» فکر می‌کرد که «کسی» می‌توانست آن را انجام دهد ولی «هیچ کس» متوجه شد که

چهار نفر به نام‌های «هر کس»، یک نفر، کسی و هیچکس وجود دارند. کار مهمی برای انجام شدن وجود داشت که از «هر کس» خواسته شد آن را انجام دهد. «هر کس» مطمئن بود که «یک نفر» آن را انجام خواهد داد.

معرفی کتاب

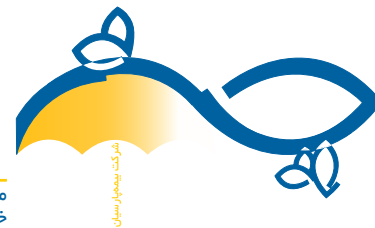
خدمات بیمه را چگونه بفروشیم؟



چاپ دوم کتاب «خدمات بیمه را چگونه بفروشیم؟» به نویسندگی علیرضا رستمی منتشر شد. نگارنده در این کتاب، ابتدا مفاهیم اساسی بیمه از قبیل بازاریابی، فروشندگی، و ویژگی‌های فروشندگی و سپس اطلاعات و دانستنی‌های مورد نیاز نیروهای فروش را بیان کرده است. این اطلاعات شامل موضوعاتی است همچون: فنون فروشندگی، رفتار مصرف‌کننده، شناخت بازار و رقابت، شناخت محصول و دانش مورد نیاز فروشندگان خدمات بیمه. مبحث پایانی کتاب به «مدیریت نیروهای فروش» اختصاص یافته است. این مبحث از موضوعاتی مانند: هدایت نیروی فروش، جذب و سازماندهی آنها، ارزیابی و برنامه‌ریزی فروش تشکیل شده است. این کتاب در برگیرنده اطلاعات و نکاتی است که دانستن آن برای هر نماینده بیمه، کارگزار بیمه و نیز هر بازاریاب بیمه ضروری است. کتاب حاضر دانش فروش حرفه‌ای و دانش مدیریت نیروهای فروش را به گونه‌ای که مناسب فعالان بیمه باشد تشریح می‌کند.

انتصاب

طی حکمی از سوی حسین کریم‌خان زند، مدیر عامل بیمه پارسیان آقای مصطفی کریمیان با عنایت به گسترش شبکه فروش و واحدهای خسارت شرکت بیمه پارسیان در سطح کشور و لزوم هماهنگی و نظارت بیشتر بر امور واحدهای ذی‌ربط به عنوان مدیر هماهنگی و نظارت بر امور مراکز غیرستادی صدور و خسارت منصوب شد. همچنین طی حکمی از سوی فریبرز حاتم‌ی، به سمت رئیس اداره خسارت بیمه‌های مسئولیت منصوب شد.



روزنه

بیمه‌های عمر انفرادی

شروع صدور بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری در برخی از مجتمع‌های بیمه‌ای

پیرو مطالب گذشته ماهنامه چتر در خصوص آنلاین سازی سیستم صدور بیمه‌های عمر انفرادی، به اطلاع می‌رساند در حال حاضر برخی بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری با هماهنگی اداره صدور مرکزی بیمه‌های عمر انفرادی در مجتمع‌های بیمه‌ای مشهد، تبریز، ساری، اصفهان و شیراز صادر می‌شود. در حال حاضر فرآیند صدور در این مجتمع‌ها بر اساس بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری تخصیص یافته از طرف مرکز و تا سقف سرمایه فوت ۱۰۰ میلیون ریال امکان پذیر است. لازم به ذکر است، روال ثبت پیشنهادات بیمه‌نامه‌ها همچنان از طریق سامانه ثبت پیشنهادات بیمه‌های عمر و همانند گذشته ادامه دارد.

اهمیت پیگیری اقساط معوق بیمه‌نامه‌های عمر انفرادی توسط نمایندگان

از آنجا که وصول به موقع اقساط بیمه‌نامه‌های عمر موجب افزایش منافع بیمه‌نامه برای بیمه‌گذاران، نمایندگان و نیز استفاده کنندگان خواهد شد، اهمیت پیگیری اقساط معوق و اطلاع‌رسانی در خصوص اثرات متعاقب آن توسط نمایندگان بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد. همچنین با توجه به اینکه پیگیری اقساط معوق بیمه‌های عمر انفرادی در سال جدید یکی از اولویت‌های مهم مدیریت عمر انفرادی است، به نمایندگان توصیه می‌شود تا با بررسی و اقدام سریع تر در مورد وضعیت بیمه‌نامه‌هایی که دارای اقساط معوق هستند، نسبت به تعیین تکلیف این بیمه‌نامه‌ها اقدام نمایند. لذا نمایندگان محترم به منظور پیگیری اقساط معوق بیمه‌های عمر انفرادی می‌توانند به دستورالعمل پیگیری اقساط معوق بیمه‌نامه‌های عمر انفرادی و فرم‌های مربوطه که از طریق سامانه اطلاع‌رسانی بیمه‌های عمر انفرادی در منوی دانلود و در سامانه آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها بخش مستندات بیمه عمر انفرادی قابل دریافت است، مراجعه نمایند. در ادامه به روند انجام این مراحل به طور مختصر اشاره می‌شود:

در ابتدا کلیه نمایندگان می‌بایست پس از ورود به پورتال ثبت پیشنهادات، در قسمت سیستم اقساط بیمه عمر و بخش مشاهده اقساط باقیمانده، اقساط معوق بیمه‌نامه‌ها را مشخص کرده و سپس فرم تعیین وضعیت بیمه‌نامه‌های معوق را با توجه به آن تکمیل نموده و پس از انجام پیگیری‌های لازم در مورد هر یک از بیمه‌نامه‌ها فرم مذکور را به اداره خدمات پس از صدور بیمه‌های عمر انفرادی ارسال نمایند. علاوه بر این، در مورد نمایندگانی که بیمه‌گذارانشان حق بیمه معوق بالایی دارند، اداره خدمات پس از صدور اقدام به ارسال فرم تعیین وضعیت برای این نمایندگان می‌نماید که بیان‌گر ضرورت پیگیری این بیمه‌نامه‌ها توسط آنهاست. شایان ذکر است، نمایندگان می‌توانند برای تکمیل فرم تعیین وضعیت بیمه‌نامه‌های معوق در ستون تعیین وضعیت بیمه‌نامه به‌ترتیب ذیل عمل نمایند:

برای بیمه‌نامه‌هایی که ۶ ماه و یا بیشتر از تاریخ سررسید اولین قسط پرداخت نشده توسط بیمه‌گذار گذشته باشد، نمایندگان می‌بایست فرم گواهی سلامت بیمه‌شدگان عمر انفرادی را جهت تکمیل در اختیار بیمه‌شده قرار داده و برای اداره خدمات پس از صدور بیمه‌های عمر انفرادی ارسال نمایند. همچنین نمایندگان موظفند نتیجه بررسی فرم گواهی سلامت را از اداره خدمات پس از صدور، استعلام و به اطلاع بیمه‌گذار برسانند. وضعیت‌های پیش‌رو در این حالت به شرح ذیل است:

۱) در صورت موافقت بیمه‌گر با ادامه پوشش بیمه‌ای، بیمه‌گذار می‌بایست کلیه اقساط معوق را به صورت یکجا پرداخت نماید.

۲) در صورتی که ادامه پوشش بیمه‌ای با انجام آزمایشات پزشکی و اعمال اضافه‌نرخ پزشکی امکان‌پذیر باشد، با توجه به تمایل بیمه‌گذار مبنی بر شرایط تعیین شده، بیمه‌نامه باز خرید و یا با پرداخت اقساط معوق همچنان تداوم می‌یابد.

۳) در صورت عدم موافقت بیمه‌گر با ادامه پوشش بیمه‌ای، بیمه‌گر طی نامه‌ای مراتب را به اطلاع نماینده و بیمه‌گذار می‌رساند و بیمه‌نامه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ اطلاع‌رسانی، بصورت یکطرفه از جانب بیمه‌گر فسخ می‌شود.

۴) ادامه بیمه‌نامه از طرف بیمه‌گذار با درخواست الحاقیه در این شرایط بیمه‌گذار تمایل خود را به ادامه بیمه‌نامه و پرداخت اقساط معوق با توجه به تغییر در شرایط بیمه‌نامه اعلام می‌نماید.

۵) انصراف از طرف بیمه‌گذار با درخواست باز خرید بیمه‌نامه، در صورت عدم تمایل به ادامه بیمه‌نامه و پرداخت اقساط معوق، بیمه‌گذار می‌تواند درخواست باز خرید نماید. در این صورت، ارسال درخواست کتبی بیمه‌گذار مبنی بر باز خرید یا فسخ و اصل بیمه‌نامه الزامی خواهد بود.



تقدیر از برترین‌های بیمه پارسیان

لزوم توجه نمایندگان به حقوق بیمه‌گذاران

مطابق اعلام برخی از بیمه‌گذاران، بعضاً نمایندگان دفترچه اقساط بیمه‌نامه را به بیمه‌گذار تحویل نداده یا پس از دریافت اقساط بیمه‌نامه از بیمه‌گذار با تاخیر نسبت به واریز آن به شرکت اقدام می‌نمایند، که این موضوع موجب تضییع حقوق بیمه‌گذاران شده و زمینه‌ساز بروز نارضایتی در بیمه‌گذاران محترم است. لذا بدینوسیله به اطلاع می‌رساند، در صورت اطلاع شرکت از این موارد متناسب با آیین‌نامه داخلی شرکت بیمه پارسیان و آیین‌نامه‌های بیمه مرکزی با نمایندگان مربوطه برخورد خواهد شد. ضمناً مسئولیت پرداخت خسارات احتمالی در این موارد به عهده نماینده است.

روند انجام آزمایشات پزشکی در بیمه‌های عمر انفرادی

در برخی از بیمه‌نامه‌ها با توجه به سن، سرمایه و وضعیت سلامتی بیمه‌شده و تشخیص پزشک نیاز به انجام آزمایش‌های پزشکی است. در صورت نیاز به انجام معاینات و آزمایش‌های پزشکی، این روند به ترتیب جدول زیر طی خواهد شد:

همچنین نمایندگان محترم باید به این نکات توجه نمایند:

اعتبار معرفی‌نامه صادر شده از تاریخ صدور آن توسط کارشناس ۱۵ روز بوده و بعد از آن فاقد اعتبار است.

بیمه‌شده برای انجام آزمایش‌های مربوط به چربی خون باید حداقل ۱۲ ساعت ناشتا باشد، برای بررسی قند خون حداقل ۸ ساعت ناشتا باشد و برای بررسی سایر موارد نیازی به ناشتا بودن نیست.

در بیمه‌نامه‌هایی که کمتر از ۶ ماه از تاریخ سررسید اولین قسط پرداخت نشده توسط بیمه‌گذار گذشته باشد، نیازی به تکمیل فرم گواهی سلامت نبوده و نماینده می‌بایست به اطلاع بیمه‌گذار برساند که ادامه پوشش بیمه‌ای در صورت پرداخت کلیه اقساط معوق به صورت یکجا بلامانع خواهد بود.

توصیه مهم در مورد نحوه پرداخت قسط اول حق بیمه بیمه‌نامه‌های عمر انفرادی

به اطلاع روسای محترم مجتمع‌ها، شعب و مسئولین باجه‌های بیمه‌ای و کلیه نمایندگان محترم شرکت بیمه پارسیان می‌رساند، با توجه به اینکه در روش پرداخت شناسه‌دار (از طریق دستگاه‌های POS) جهت پرداخت قسط اول حق بیمه بیمه‌نامه‌های عمر انفرادی، واریز وجه نسبت به سایر روش‌ها زمانبر بوده و منجر به طولانی‌تر شدن تأیید وجه ارسالی و مراحل صدور بیمه‌نامه و نهایتاً نارضایتی مشتریان خواهد شد، لذا توصیه می‌شود جهت واریز مبالغ حق بیمه و به منظور تسهیل و تسریع در روند صدور بیمه‌های عمر انفرادی، از سایر روش‌های پرداخت به جای روش شناسه‌دار استفاده شود. علاوه بر این، دیگر روش‌های پرداختی، از طریق فیش بانکی و اینترنتی امکان‌پذیر است. ضمناً نمایندگان می‌بایست به اطلاع بیمه‌گذاران محترم برسانند، پس از واریز پیش‌پرداخت و دریافت بیمه‌نامه و دفترچه اقساط نسبت به پرداخت مابقی قسط اول اقدام نمایند. لازم به ذکر است، این مبلغ مربوط به پوشش‌های اضافی مورد درخواست بیمه‌گذار است.

صدور معرفی‌نامه پزشکی توسط کارشناس مربوطه طی یک روز

پرینت فرم معاینات پزشکی توسط نماینده و تحویل به بیمه‌شده برای انجام آزمایش

انتظار برای دریافت پاسخ آزمایش

پس از دریافت پاسخ آزمایش (منتظر بررسی پزشک)

در صورت وجود ریسک بالا و عدم تأیید پزشک به علت اضافه‌نرخ پزشکی، منع صدور بیمه‌نامه و برگشت کامل پیش‌پرداخت حق بیمه

در صورت تأیید پزشک و وجود اضافه‌نرخ پزشکی، اعلام نرخ پزشکی به بیمه‌شده

در صورت تأیید پزشک و عدم وجود اضافه‌نرخ پزشکی، صدور بیمه‌نامه

در صورت انصراف بیمه‌شده، برگشت حق بیمه منهای هزینه آزمایشات

در صورت قبول اضافه‌نرخ، تعیین شده توسط بیمه‌شده، صدور بیمه‌نامه