

تقدیر از بیمه پارسیان در روز ملی بهره‌وری



همزمان با برگزاری چهارمین جشنواره ملی بهره‌وری از شرکت بیمه پارسیان تقدیر به عمل آمد.

در اولین همایش سراسری سال ۹۲

روسای شعب و مجتمع‌های بیمه‌ای شرکت بیمه پارسیان گردهم آمدند



اولین گردهمایی سراسری روسای شعب و مجتمع‌های بیمه‌ای شرکت بیمه پارسیان در سال ۱۳۹۲ با هدف بررسی راهکارهای توسعه فروش بررسی وضعیت شرکت در بازار رقابتی کشور برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، هادی اوپارحسین به عنوان سخنران افتتاحیه این همایش ۲روزه با تاکید بر ضرورت رضایت مشتریان به عنوان عامل کلیدی ادامه ماندگاری شرکت‌های بیمه‌ای، گفت: کیفیت شرکت بیمه رابطه مستقیم با رضایتمندی مشتریان دارد و شرکت بیمه‌ای موفق‌تر است که میزان رضایت مشتریان در آن بالاتر باشد؛ بنابراین بالا بردن کیفیت ارائه خدمات به مشتریان مستلزم شناخت انتظارات مدنظر مشتریان است. هر چند که در حال حاضر در اکثر کشورهای در حال توسعه، با توجه به شرایط حاکم بر بازار که «بازار فروشنده» است به این مهم کمتر توجه شده ولی ادامه ماندگاری شرکت‌های بیمه‌ای منوط به ارائه خدمات مناسب به بیمه‌گذاران است.

به گفته مدیرعامل بیمه پارسیان بیمه‌گذاران معمولاً کیفیت خدمات را از پنج بُعد مختلف ارزیابی می‌کنند که اطمینان، همدلی، قابلیت اعتماد، قابلیت پاسخگویی و موارد ملموس از قبیل ساختمان مناسب، پوشش مناسب و یکسان کارکنان و تجهیزات مناسب برای انجام امور، این ابغاد را تشکیل می‌دهند.

در ادامه روز اول این همایش که با حضور روسای مجتمع‌های بیمه‌ای، شعب و ICDهای سراسر کشور در هتل فردوسی تهران برگزار شد، محمدرضا تمجیدی (مدیر امور بازار) به جمع‌بندی نتایج همایش قبل پرداخت و مالک اژدر برزگر صدیق (معاون بیمه‌های غیر زندگی) درخصوص برنامه‌ریزی بازاریابی سخن گفت.

امین محمدی (مدیر بیمه‌های عمر انفرادی)، مسعود جاویدآرا (مدیر توسعه منابع انسانی)، فرناز فتوت احمدی (سرپرست مدیریت بیمه‌های اتومبیل)، محمد خدادادی (معاون مدیرعامل در بیمه‌های خودرو) و جمشید نادری (مشاور فنی مدیرعامل در بیمه‌های هواپیما) نیز به بیان استراتژی‌های خرد و کلان شرکت بیمه پارسیان در حوزه‌های مختلف تحت سرپرستی خود پرداختند. همچنین بهروز جوزی نجف آبادی (سرپرست منطقه مرکزی کشور) به نمایندگی از سرپرستان مناطق؛ حسین

استادرحیمی (رئیس مجتمع بیمه ای اصفهان) به نمایندگی از مجتمع‌های بیمه‌ای، آرش خوشکار (رئیس شعبه بابل) به نمایندگی از شعبه‌های بیمه‌ای و مهدی زمانی (کارشناس امور بیمه‌ای ICD بروجرد) به نمایندگی از ICDها نکاتی را مطرح کردند. تشکیل کارگروه‌های تخصصی با معاونت اقتصادی و پشتیبانی، بازار، روابط عمومی، معاونت بیمه‌های زندگی، معاونت بیمه‌های غیرزندگی، امور بیمه‌گذاران، معاونت بیمه‌های خودرو و مدیریت امور حقوقی نیز از دیگر برنامه‌های روز اول گردهمایی سراسری روسای شعب و مجتمع‌های بیمه‌ای بود.

در روز دوم همایش نیز محمدعلی اسدی (معاون پشتیبانی و اقتصادی)، حسین رهبر (معاون بیمه‌های زندگی)، رضا صراف (مشاور فنی مدیرعامل در بیمه‌های نفت و انرژی)، بهمن پویان‌فر (مدیر حسابرسی-بازرسی و کنترل های داخلی)، فراز رنج‌پور (مدیرعامل شرکت یاری‌رسان)، علی کمندی (مدیر فن‌آوری اطلاعات)، سارا آقایی (سرپرست بیمه های باربری) و افشین نوری (سرپرست روابط عمومی) نیز به ارائه آمارهای به دست آمده از عملکرد شرکت بیمه پارسیان و تشریح راهکارهایی درخصوص توسعه هرچه بیشتر فروش پرداختند.

در پایان این گردهمایی از مجتمع سنندج، مجتمع یزد، مجتمع زنجان، مجتمع بجنورد، مجتمع ساری، شعبه سبزوار، شعبه انزلی و ICD گلپایگان به عنوان برترین مجتمع‌های بیمه‌ای، شعب و ICD تقدیر به عمل آمد.

حرفاوال

دغدغهای به نام سرعت صدور بیمه‌نامه

افشین نوری

صدور بیمه‌نامه یعنی آغاز تعهد واقعی یک شرکت بیمه به یک بیمه‌گذار، یعنی وعده‌هایی که در زمان جذب بیمه‌گذار داده می‌شود پس از صدور بیمه‌نامه باید تحقق یابند، وعده‌هایی مانند حمایت، اهدای آرامش، خدمات و مشاوره مناسب و پرداخت خسارت به موقع و رضایت بخش در زمان وقوع حادثه.

اما تا قبل از مرحله صدور و آغاز این تعهدها، شبکه فروش و علی‌الخصوص نمایندگان — این همکاران صف مقدم فروش شرکت — قرار دارند که شاید ما از خیلی از تلاش‌ها، آمد و رفت‌ها و بی‌تابی‌های آنها برای به مرحله صدور رساندن یک بیمه‌نامه در هر نقطه‌ای از این کشور پنهانور بی‌خبر باشیم، چرا که آن لحظه‌ای

را می‌بینیم که نماینده برای صدور اقدام می‌کند و یا نرخ نهایی را می‌خواهد به بیمه‌گذار اعلام کند و از تلاش‌های قبل از این مرحله خبری نداریم.

نکته اینجاست آیا آنقدر که نمایندگان سخت‌کوش بیمه پارسیان تلاش و دوندگی برای جذب یک بیمه‌گذار انجام می‌دهند ما نیز به عنوان ستاد، مجتمع بیمه‌ای، شعبه و ICD در این مسابقه دووی امدادی به کمک او می‌شتابیم؟ و آیا ما نیز دغدغه صدور داریم؟ یا فکر می‌کنیم؛ دغدغه افزایش پرتفوی شرکت (برخلاف تصورات برخی از ما) فقط وظیفه نماینده و فروشنده و خلاصه برخی قسمت‌های مشخص شرکت است؟

باید بگویم خیر! این وظیفه تک تک ما است که دغدغه؛ به صدور رساندن حتی یک بیمه‌نامه با حق بیمه ناچیز را به بهترین نحوی که می‌تواند رضایت مشتری را جلب نماید، داشته باشیم و کسی در شرکت بیمه پارسیان نمی‌تواند ادعا کند که تلاشش ارتباطی به فروش بیمه‌نامه و در نهایت افزایش پرتفوی شرکت ندارد و یا یک همکار؛ به صرف اینکه مستقیماً در صدور دخالتی ندارد دلیلی برای عدم اثرگذاری وی بر فروش شرکت باشد و دغدغه صدور نداشته باشد.

تقدیر از بیمه پارسیان در روز ملی بهره‌وری



همزمان با برگزاری چهارمین جشنواره ملی بهره‌وری از شرکت بیمه پارسیان تقدیر به عمل آمد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، بر اساس تایید کمیته علمی مرحله دوم چهارمین جشنواره ملی بهره‌وری و در مراسم اختتامیه این جشنواره که در جریان آن بنگاه‌های اقتصادی برتر در این عرصه معرفی شدند، بیمه پارسیان برای ارایه تجارب موفق ارتقای بهره‌وری مورد تقدیر قرار گرفت. شایان ذکر است با توجه به این که اول خرداد روز ملی بهره‌وری نام گرفته است، هر ساله مراسم اختتامیه جشنواره ملی بهره‌وری در این روز برگزار می‌شود و در مرحله نخست آن شاخص‌های بهره‌وری ۱۰۶۰ شرکت مورد بررسی قرار گرفت که در این بین ۶۱ شرکت شایسته تقدیر شناخته شدند و سپاسنامه‌ای با امضای محمد نهبان (رییس اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی و رییس جشنواره جشنواره ملی بهره‌وری) دریافت کردند. شایان ذکر است دکتر رهبر، معاون بیمه‌های زندگی به نمایندگی از مدیر عامل شرکت، تقدیر نامه این جشنواره را دریافت کرد.



همایش سراسری نمایندگان عضوانجمن صنفی برگزار شد

همایش سراسری نمایندگان عضو انجمن صنفی نمایندگان بیمه پارسیان در هتل المپیک تهران برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، در این همایش مدیرعامل بیمه پارسیان گفت: لیاقت و شایستگی و تلاش شما نمایندگان عزیز است که انجمن صنفی نمایندگان شکل گرفته و امیدواریم همگی با تمام توان و قدرتی که داریم بتوانیم در راستای رسیدن به اهداف عالی شرکت گام برداریم. او یار حسین با تاکید بر اینکه توجه به فروش یکی از مسائل مهمی است که در شرکت باید سرلوحه تمام فعالیت‌ها قرار بگیرد افزود: پس از ریشه‌یابی مشکلات شبکه فروش بیمه پارسیان از سال گذشته اقدامات مهمی در دستور کار قرار گرفت تا بسترهای لازم برای فعالیتهای شرکت در سراسر کشور آماده شود و از این رو با جذب نمایندگان جدید در شهرها و استان‌ها و افزایش اختیارات نمایندگان تا حد زیادی موانع موجود برطرف شد. پس از سخنان مدیرعامل شرکت، امیر عابدینی مدیرعامل انجمن صنفی نمایندگان بیمه پارسیان گزارشی از عملکرد انجمن صنفی ارایه کرد و در ادامه مالک اژدر برزگر صدیق، معاون بیمه‌های غیرزندگی شرکت بیمه پارسیان به بحث پیرامون بازاریابی فروش و اصول و فنون مذاکره پرداخت. در بخش دیگری از این همایش محمدعلی اسدی، معاون پشتیبانی و اقتصادی شرکت بیمه پارسیان پیرامون مباحث مالی و مالیاتی اطلاعات مورد نیاز نمایندگان را در اختیار آنها قرار داد و همچنین امین محمدی، مدیر بیمه‌های عمر انفرادی به معرفی طرح‌های جدید بیمه عمر پرداخت. گفتنی است برگزاری کارگاه آموزشی روان‌شناسی فروش و تقدیر از نمایندگان برتر بیمه پارسیان از دیگر بخش‌های این همایش یک روزه بود.

اخبار کوتاه

بازدید دکتر برزگر از مجتمع بیمه‌ای اراک و حضور در مراسم تقدیر و تشکر از نمایندگان برتر این شهر



تقدیر از پریسا کاشفی، کارشناس امور رفاهی و درمانی مدیریت منابع انسانی در مراسم تجلیل از بانوان صنعت چاپ و نشر در بیست و ششمین نمایشگاه کتاب تهران به عنوان ناشر برگزیده بخش کودک و نوجوان



غرفه بیمه پارسیان در نمایشگاه نفت، گاز و پتروشیمی



چتر آسایش بیمه پارسیان یک‌ساله شد



دریافت لوح سپاس جوان برتر عرصه رسانه در خلیج فارس توسط حسین الفت کارشناس امور بیمه‌ای شعبه بوشهر

نشریه داخلی
شرکت بیمه پارسیان



شماره ۸ و ۹
خرداد و تیرماه ۱۳۹۲

بازدید از مجتمع بیمه‌ای کرمانشاه



جلسه‌ای با حضور دکتر برزگر معاون مدیرعامل در بیمه‌های غیرزندگی، محمود دریابار مدیر بیمه‌های مهندسی، ناصر اشرفی مدیر کرمانشاه برگزار شد. در این نشست دکتر برزگر به بیان سیاست‌ها و خطمشی آینده شرکت که باید به دست نمایندگان و پرسنل شعب تحقق یابد پرداخت و در ادامه نمایندگان مشکلات پیش روی خود را با بازدیدکنندگان در میان گذاشتند.

برگزاری تور گردشگری نمک آبرود



به منظور افزایش روحیه همکاران شرکت، یک دوره برنامه تور گردشگری یک روزه به مقصد تله کابین نمک آبرود در روزهای جمعه ۳۱ خرداد، ۷ و ۱۴ تیر توسط مدیریت منابع انسانی برگزار شد.

برگزاری نشست شورای مدیریت استان‌های سراسر کشور انجمن صنفی نمایندگان بیمه‌پارسیان



جلسه شورای مدیریت استان‌های سراسر کشور انجمن صنفی نمایندگان بیمه‌پارسیان با حضور دکتر برزگر معاون مدیرعامل در بیمه‌های غیرزندگی برگزار شد.

به گزارش «چتر» در این نشست اعضای هیئت مدیره انجمن صنفی و نمایندگان هیئت مدیره در استان‌ها به ارائه گزارش هیئت مدیره از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته پرداختند.

همچنین سیاست‌گذاری و ارائه راهکارهای کلی و برنامه ریزی برای سال ۹۲ دریافت مسایل و مشکلات نمایندگان در استان‌ها از دیگر برنامه‌های این نشست یک روزه بود.



مدیرعامل در بازدید از مجتمع‌های بیمه‌ای اصفهان و شهر کرد:

صدور بیمه‌نامه متحول می‌شود

مدیرعامل بیمه پارسیان به همراه تنی چند از مدیران شرکت از مجتمع‌های بیمه‌ای اصفهان و شهر کرد بازدید کرد.

به گزارش روابط عمومی، هادی اویار حسین در این بازدیدهای صمیمانه ضمن تشریح مسائل شرکت و تعیین چشم انداز آینده آن در میان سایر شرکت‌های بیمه‌ای گفت: آینده شرکت بیمه پارسیان به همت ویژه تمامی کارکنان شرکت وابسته است و دستیابی به این چشم‌انداز می‌طلبد که یکایک کارکنان در اقصی نقاط کشور تمامی توانایی خود را در راستای اهداف این چشم‌انداز و تحقق پرتفوی پیش بینی شده به کار گیرند.

به گفته مدیرعامل بیمه پارسیان این شرکت در بین سایر شرکت‌های بیمه‌ای، بالاترین سود مجمع عمومی سال ۱۳۹۱ به میزان هر سهم ۴۲۰ ریال را به سهامداران خود پرداخت کرد که این امر یکی از افتخارات بیمه پارسیان است.

اویار حسین افزایش سرمایه شرکت از ۱۱۰ به ۲۰۰ میلیارد تومان را از مهمترین اقدامات آینده شرکت خواند و درباره سود و زیان پیش بینی شده سال ۱۳۹۲ اطلاعاتی را در اختیار حاضران قرار داد.

پس از پایان سخنان مدیرعامل، نمایندگان حاضر در جلسه به بیان مسایل و مشکلات پیش روی خود پرداختند و روسای مجتمع نیز ضمن تشریح عملکرد مجتمع تحت سرپرستی خود به چگونگی جذب نمایندگی و مسایل پیش روی جهت جذب پرتفو پرداختند.

کمیته تبلیغات بیمه پارسیان آغاز به کار کرد

با صدور احکامی از سوی هادی اویار حسین، مدیرعامل شرکت بیمه پارسیان کمیته تبلیغات متشکل از شش عضو جهت ساماندهی به امور تبلیغات شرکت آغاز به کار کرد.

به گزارش «چتر» این کمیته با هدف گسترش و توسعه تبلیغات و ایجاد فرصت‌های مناسب تبلیغاتی برای شرکت به بررسی فنی و کارشناسانه طرح‌های تبلیغاتی می‌پردازد و طی تشکیل جلسات منظم در هفته علاوه بر بحث و تبادل نظر پیرامون راهکارهای موثر تبلیغات، طرح‌های مبتکرانه و خلاق تبلیغاتی را که از سوی مدیران و کارکنان شرکت در سراسر کشور به دبیرخانه کمیته ارسال می‌شود نیز مورد بررسی قرار می‌دهد.

گفتنی است در این کمیته فرهاد سپهرام (مشاور مدیرعامل در امور تبلیغات و روابط عمومی به عنوان عضو کمیته)، فرهاد کیوان (مدیر دفتر مدیرعامل به عنوان نماینده مدیریت)، افشین نوری (سرپرست روابط عمومی به عنوان رئیس کمیته)، مبینا بنی‌اسدی (کارشناس مسئول اطلاعات و ارتباطات به عنوان دبیر کمیته)، رخساره نوروزنیا (کارشناس طراحی به عنوان عضو کمیته) و ناز یلانباکان (کارشناس تحقیقات بازار به عنوان عضو کمیته) حضور دارند.

این کمیته همچنین طی فراخوانی از تمامی روسای شعب و مجتمع‌های بیمه‌ای درخواست کرده تا ضمن برگزاری جلساتی با شبکه فروش شهر و استان خود، طرح‌ها و پیشنهادات تبلیغاتی آنان را که منجر به افزایش پورتفوی خواهد شد جمع‌بندی کرده و ماحصل آن را که در راستای توسعه فروش خدمات شرکت است، به کارتابل دبیر کمیته تبلیغات ارسال نمایند.

به گفته دبیر کمیته تبلیغات بیمه پارسیان پس از بررسی‌های لازم، برای تقدیر از طرح‌های ارسالی که مورد تایید قرار بگیرند، مشوق‌هایی نیز در نظر گرفته خواهد شد.



مدیر حسابرسی، بازرسی و کنترل‌های داخلی بیمه پارسیان: مهمترین وظیفه ما پیش‌گیری از وقوع هرگونه تخلف احتمالی است

مدیر حسابرسی، بازرسی و کنترل‌های داخلی بیمه پارسیان مهم‌ترین وظیفه این واحد جدیدالتاسیس را پیش‌گیری از وقوع هرگونه تخلف احتمالی عنوان کرد.

به گزارش «چتر» بهمن پویان‌فر با بیان اینکه مدیریت حسابرسی، بازرسی و کنترل‌های داخلی بیمه پارسیان در سال ۱۳۹۱ آغاز به فعالیت کرده، درخصوص فعالیت‌های اصلی این واحد گفت: بخش اعظم فعالیت این مدیریت معطوف به کنترل فرآیندها و مستندات سازمان بوده و توانسته است گام‌های موثری در راستای پیش‌گیری از هرگونه تخلف احتمالی بردارد.

وی با بیان اینکه امروزه در میان سازمان‌ها تأکید فزاینده‌ای بر ارزیابی صرفه اقتصادی، کارایی و اثربخشی عملیات سازمانی وجود دارد افزود: حسابرسی داخلی به عنوان ابزاری برای این ارزیابی به کار می‌رود و درواقع کفایت سیستم کنترل داخلی را از لحاظ اثربخش و کارآمد بودن استفاده از منابع سازمان، تطابق با سیاست‌های مدیریت ریسک و رعایت قوانین و مقررات حاکم بر صنعت بیمه، آزمون، ارزیابی و گزارش می‌کند.

مدیر حسابرسی، بازرسی و کنترل‌های داخلی بیمه پارسیان یادآور شد: بر اساس دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های مصوب شرکت بیمه پارسیان به تعداد ۲۲۳ صفحه کاربرگ و چک‌لیست برای کلیه رشته‌های بیمه‌ای در زمینه صدور و خسارت انواع بیمه‌نامه‌ها تهیه و تدوین شده که جهت تأیید و اظهارنظر به تمامی مدیریت‌های فنی ارسال کرده‌ایم و این اقدام یکی از مهم‌ترین و سنگین‌ترین فعالیت‌های این واحد بوده است.

به گفته پویان‌فر عضویت در کمیته جدیدالتاسیس حسابرسی داخلی شرکت، تبدیل بسیاری از مواد آیین‌نامه‌های بیمه مرکزی ایران به شکل جدول جهت افزایش ضریب دقت و کیفیت در کنترل‌های داخلی؛ تدوین منشور فعالیت حسابرسی داخلی و تصویب آن در هیات مدیره محترم شرکت؛ انجام مکاتبات و پیگیری‌های مستمر درخصوص وصول مطالبات از شرکت ایران خودرو؛ گردآوری و ابلاغ دستورالعمل‌های مربوط به مبارزه با پولشویی به واحدهای صدور؛ انجام تکالیف محوله از طرف وزارت اقتصاد و دارایی و بیمه مرکزی مربوط به مبارزه با پولشویی و نیز انجام حسابرسی و بازرسی از مجتمع‌های بیمه‌ای شرکت از جمله دیگر فعالیت‌های انجام شده از زمان تاسیس این مدیریت تاکنون بوده است.

وی با تأکید بر اینکه مدیریت حسابرسی، بازرسی و کنترل‌های داخلی در تمامی مراحل آماده کمک و راهنمایی به دیگر واحدهای سازمان در موارد مورد نیاز است به اقدامات در دست اجرای این مدیریت اشاره کرد و گفت: ادامه روند پیگیری وصول مطالبات از ایران خودرو؛ اعزام کارکنان جمعی این مدیریت به دوره‌های آموزشی جهت اخذ مدارک لازم؛ به‌روزرسانی چک‌لیست و کاربرگ‌های تهیه شده در سال ۱۳۹۱ بر اساس آخرین تغییرات دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه مصوب شرکت و همچنین نظرات ارسالی مدیریت‌های فنی؛ اعزام کارکنان این مدیریت به منظور حسابرسی و بازرسی از امور مالی، مجتمع‌های بیمه‌ای و واحدهای خسارت و نمایندگی‌های تابعه بر اساس جدول زمان‌بندی تنظیمی؛ ارتقا و اثربخشی سیستم‌های کنترل‌های داخلی شرکت با استفاده از آخرین استانداردهای موجود و پیگیری شکایات دریافتی از بیمه‌گذاران سراسر کشور از جمله برنامه‌های مدیریت حسابرسی، بازرسی و کنترل‌های داخلی در سال ۹۲ خواهد بود.

اخبار کوتاه

برگزاری دوره‌های آموزشی مناقصه و مزایده بیمه پارسیان

بیمه پارسیان در جهت آشنایی کارکنان و نمایندگان خود با مباحث مرتبط با مناقصات و مزایده‌ها نسبت به برگزاری دوره‌های آموزشی مرتبط با این موضوعات اقدام نموده و این دوره‌ها در آینده نیز تداوم خواهد یافت.

بنا بر اطلاعات کسب شده از مدیریت امور بازار و همچنین واحد آموزش بیمه پارسیان، در اردیبهشت و خرداد سال جاری، سه دوره آموزشی آشنایی اولیه با مناقصه و مزایده با حضور ۱۵ نفر از کارکنان و ۲۲ نفر از نمایندگان بیمه پارسیان برگزار شده که با استقبال متقاضیان حضور در این دوره‌ها همراه بوده است.

بر همین اساس نیز روند برگزاری دوره‌های مذکور در آینده ادامه یافته و در این راستا، نمایندگان علاقمند به شرکت در دوره‌های بعدی می‌توانند درخواست خود را در این ارتباط به مدیریت امور بازار ارسال نمایند تا در اسرع وقت برای حضور ایشان برنامه‌ریزی به عمل آید.

استمرار پرداخت وام ضروری در سال ۹۲

پرداخت اولین سری وام ضروری به کارکنان شرکت، در کنار سایر اقدامات مرتبط با توسعه منابع انسانی در سال ۹۲ آغاز شده است.

این در حالی است که پیش از این نیز با تصویب هیات مدیره بیمه پارسیان، حقوق کارکنان شرکت به میزان ۱۸ درصد حقوق پایه آنان در سال ۹۱ به همراه مبلغ ۶۷۴،۵۵۰ ریال افزایش یافته بود. علاوه بر این، در آغاز سال ۹۱، برای نخستین بار، بیمه پارسیان موفق به کسب کد کارگاهی شد و از این پس، کارکنان مشمول صندوق تأمین اجتماعی مستقیماً با خود شرکت قرارداد خواهند داشت.

از سوی دیگر با توجه به یکپارچگی شرکت خدمات کارشناسی خسارت خودروی پارسیان و بیمه پارسیان و نیز ادغام شعب صدور و پرداخت خسارت، کلیه امور پرسنلی کارکنان در مدیریت منابع انسانی شرکت بیمه پارسیان به انجام می‌رسد.

نشریه داخلی
شرکت بیمه پارسیان



شماره ۸ و ۹
خرداد و تیرماه ۱۳۹۲



هدف گذاری شخصی

امید امین

کارشناس توسعه فروش بیمه‌های عمرانفرادی و مدرس بازاریابی

سال مار است و مار در افسانه‌ها همیشه دور گنج چنبره زده پس اگر قرار است تغییر بزرگی در وضعیت مادی زندگی‌مان ایجاد کنیم امسال وقتش است! از این شماره در نشریه چتر با شما هستیم تا در مورد تکنیک‌های فروش و مهارت ارتباط موثر صحبت کنیم. اما اجازه دهید امروز به «هدف‌گذاری شخصی» بپردازیم؛ موضوعی که موفق‌ترین افراد دنیا روی آن تأکید می‌کنند و در بسیاری از مدارس کسب و کار تدریس می‌شود. در این شماره چکیده‌ای از این موضوع، با نکاتی از مقالات مفیدی از جمله مقاله آقای برایان تریسی با عنوان "Goals" را می‌خوانید. انیشتین می‌گوید: «برای موفقیت، زندگی خود را به یک هدف گره بزنید، نه به افراد و اشیاء». حال آن هدف را چگونه تعیین کنیم؟ آیا صرفاً خواستن یک ویلای رؤیایی هدف است؟ یا فکر صبحگاهی به امور روزمره در رختخواب برنامه ریزی است؟ نه، هدف‌گذاری فرآیندی دقیق دارد. از شما می‌خواهم نیم ساعت زمان بگذارید و با این روش برای خود هدف بگذارید و تأثیر شگفت‌انگیز آن را انتهای سال ۹۲ و در ادامه زندگی‌تان ببینید.

قدم صفر: اولین کار این است که بفهمیم اکنون کجای راه قرار داریم و نقطه صفر کجاست. اینکه وسط یک سفر نقشه‌ای دقیق دستمان باشد و مقصد را بشناسیم اما ندانیم کجای آن نقشه قرار داریم هیچ کمکی به ما نمی‌کند. از خود بپرسید از نظر مالی، خانوادگی، اجتماعی، تحصیلی و غیره چه وضعیتی دارم؟ چقدر ارتباطات قوی است؟ ماشین، مسکن، حقوق ماهیانه، تعداد دوستان و خلاصه همه این موارد را بنویسید. استعدادها و توانایی‌هایی که دارید را نیز مشخص کنید، تجارب خود را نادیده نگیرید و حتماً آنها را نیز یادداشت کنید. دوستی که اکنون یک کسب و کار کوچک اما رضایت بخش دارد و دو سال پیش از پرسنل محترم واحد خدمات شرکتی بود که من در آن مشاور بازاریابی بودم، یک روز جلو آمد و از من یک مشاوره دوستانه رایگان درخواست کرد! من که از شیوه درخواست او حیرت کردم و از هدف‌گذاری برایش گفتم و پرسیدم الان کجای راهی؟ او گفت «نقطه صفر»، و در پاسخ شنید: تو دو چیز مهم مشترک با خیلی از بزرگان و ثروتمندان داری، یکی جسارت جستجوی موفقیت چون الان بین این همه آدم به سراغ من آمدی تا بپرسی؛ دوم اینکه به قول خودت هیچ نداری و این هیچ یعنی فرصت مواجهه با مشکلات که تجربه‌های ارزشمندی برای انسان به ارمغان می‌آورد، بسیاری از آنها که در ناز و نعمت بزرگ می‌شوند این فرصت را ندارند. دو ورزشکار را تصور کنید که اولی هر روز تمرین‌های سخت می‌کند و بدنی آماده دارد و روز مسابقه پای برهنه حاضر می‌شود و دومی هر روز به استراحت مشغول است اما همه امکانات و بهترین لباس‌های ورزشی برایش مهیا است، کدام اول می‌شوند؟ اینها را شنید و رفت و امروز خوشحالم که دانستن این واقعیت باعث شد روحیه بگیرد، ضمن تلاش کردن در درس را تمام کند و وضعیتی به مراتب بهتر داشته باشد.

قدم اول: مشخص کنید در هر ناحیه از زندگی خود طی پنج سال آینده دقیقاً چه می‌خواهید؟ مثلاً چه میزانی از درآمد و یا چه سبک زندگی؟ از نظر اجتماعی چطور؟ یا چه شغلی برای خود متصور هستید؟ تمام آرزوهایتان را دقیق و با جزئیات روی کاغذ بنویسید و چیزی را از قلم نیندازید، سپس برایشان زمان سررسید تعیین کنید (زمان آغاز تعیین نکنید زیرا زمان شروع همین حالاست!).

قدم دوم: لیست خود را به حداکثر پنج هدف خلاصه کنید تا بتوانید روی آنها متمرکز شوید. اهداف مانند فرزند هستند، آیا اگر فردی ۲۰ فرزند داشته باشد حتی اگر همه را یک اندازه دوست داشته باشد، می‌تواند تمرکز، وقت و منابع کافی برای همه فراهم کند؟

قدم سوم: منابع دستیابی به آنها و مهارت‌های مورد نیاز برایشان چیست؟ از خود بپرسید چرا الان آن را ندارم؟ حال برای حل منابع و کسب مهارت‌ها تمام کارهایی که باید انجام دهید و آموختن آن‌ها را بنویسید، این لیست را با مقایسه اهمیت و همچنین تقدم و تأخر آنها به صورت یک برنامه مدون در بیاورید. قانون ۲۰/۸۰ در مورد هدف می‌گوید ۲۰ درصد زمان اولیه که صرف برنامه‌ریزی می‌کنید ارزش ۸۰ درصد تلاشی که برای رسیدن به هدف‌تان انجام می‌دهید را دارد.

قدم چهارم: لیست تمام کارهایی که باید انجام دهید بنویسید، این لیست را با مقایسه اهمیت و همچنین تقدم و تأخر آنها به صورت یک برنامه مدون در بیاورید. قانون ۲۰/۸۰ در مورد هدف می‌گوید ۲۰ درصد زمان اولیه که صرف برنامه‌ریزی می‌کنید ارزش ۸۰ درصد تلاشی که برای رسیدن به هدف‌تان انجام می‌دهید را دارد.

قدم پنجم: با روش پله‌گذاری معکوس اهداف بلند مدت خود را به اهدافی کوتاه بشکنید. از آخر شروع کنید یعنی از وضعیت پنج سال آینده‌تان و سپس یک سال و یک ماه و غیره. برای هر ماه، هفته و روز خود برنامه‌ای داشته باشید و بسیار دقیق آن را بنویسید. مهم‌ترین کار هر روز خود را مشخص کنید و روی انجامش تمرکز کنید. برخلاف اهداف بلند مدت که بلند پروزانه هستند اهداف کوتاه مدت باید به شدت دست یافتنی و واقع‌گرایانه باشند، مثلاً ثبت نام دوره‌ای تخصصی و یا پیاده‌روی یک ساعت در روز و امثال این‌ها.

قدم ششم: برای داشتن انگیزه هدف‌تان را همواره جلوی چشمتان داشته باشید؛ مثلاً روی دیوار اتاق، داخل کیف پول و یا پس زمینه کامپیوترتان. همچنین تصویری روشن، هیجان‌انگیز، واقعی و احساسی از رسیدن به آن در ذهنتان بسازید و به آن فکر کنید.

چند نکته: اهداف‌تان را دست بالا در نظر بگیرید تا مجبور شوید قابلیت‌های خود را ارتقا دهید، اما در عین حال باید باور پذیر و معقول باشند. همچنین باید درونی و وابسته به خودتان باشند نه تحمیل دیگران؛ و در آخر باید ضرورت داشته باشند، پس جلوی هر خط از لیست آرزوهایتان این سؤال را از خود بپرسید، «چرا؟».

از شماره بعد آموزش تکنیک‌های مهارت ارتباط مؤثر را با نکاتی جالب و مهم در خصوص مکالمات تلفنی آغاز می‌کنیم، پس با ما همراه باشید.

اخبار کوتاه

افتتاح دو شعبه جدید در گنبد کاووس و مراغه

دو شعبه جدید بیمه پارسیان در شهرهای گنبد کاووس و مراغه افتتاح شد. به گزارش «چتر» شعب بیمه‌های گنبد کاووس و مراغه در راستای ایجاد سهولت در امر دسترسی عموم مردم به خدمات شرکت بیمه پارسیان افتتاح شد.

بر این اساس شعبه گنبد کاووس واقع در خیابان امام خمینی جنوبی، روبه‌روی سینما ایران، نش کوجه ۱۲ طبقه اول و شعبه مراغه واقع در خیابان دانش سرا، خیابان فلسطین جنوبی، ساختمان پارسیان ۵است.

ادامه از صفحه ۱

دغدغه‌ای به نام سرعت صدور بیمه‌نامه

گاهی به نمایندگی‌ها می‌خوریم که دلخور است و یا از عدم ارائه به موقع نرخ شاک می‌شده است، شاید برای شما هم این اتفاق پیش آمده باشد و وقتی از وی سوال می‌پرسم متوجه این عدم دغدغه در برخی نقاط استراتژیک می‌شویم که هرچند زیاد هم نباشد اما برای ما که ادعای حرفه‌ای بودن و سرآمد بودن را داریم (که همین‌طور نیز هست) نباید این موارد وجود داشته باشد. ما نیز باید لزوم سرعت در اعلام نرخ، صدور بیمه‌نامه، پاسخگویی سریع به نیازهای بیمه‌گذاران و نمایندگانی که با امیدهای فراوان به ما مراجعه می‌نمایند را درک کنیم.

نمایندگان تلاش‌گر شرکت در تمام قصبی نقاط این کشور پهناور به امید اینکه دغدغه آنها دغدغه ما نیز هست، با تمام توان به جلب مشتری و جلب رضایت بیمه‌گذار مشغولند و ما نیز باید همه را عضو خانواده بزرگ بیمه پارسیان بدانیم و در تعالی این خانواده و سازمان خود نهایت تلاشمان را به کار گیریم چراکه در بازار رقابتی امروز بیمه که گاهی حتی از حالت رقابت نیز خارج شده و به دلیل برخی نرخ‌شکنی‌ها و غیره کار کردن در این بازار را با مشکلات زیادی مواجه می‌نماید این خود ما هستیم که باید آسیب‌های درون سازمانی را به حداقل برسانیم تا در نهایت در تمامی نقاط این صنعت به سرآمدی دست یابیم.

نشریه داخلی شرکت بیمه پارسیان



شماره ۸ و ۹ خرداد و تیرماه ۱۳۹۲

گردهمایی سراسری روسای شعب و مجتمع‌های بیمه‌ای تیرماه سال ۱۳۹۲



■ بهروز جوزی نجف‌آبادی (سرپرست منطقه مرکزی کشور)
■ محمد رضا تمجیدی (مدیر امور بازاری)



■ حسین استادحیمی (رئیس مجتمع بیمه ای اصفهان)



■ آرش خوشکار (رئیس شعبه بابل)



■ مهدی زمانی (کارشناس امور بیمه‌ای ICD بروجرد)



■ علی اصغر عنایت (رئیس کمیته فنی)



■ مالک بزرگر (معاون بیمه‌های غیر زندگی)



■ مهین محمدی (مدیر بیمه‌های عمر انفرادی)



■ مسعود جاویدآرا (مدیر توسعه منابع انسانی)



■ فرناز فتوت احمدی (سرپرست مدیریت بیمه‌های اتومبیل)



■ محمد خدادادی (معاون مدیرعامل در بیمه‌های خودرو)



■ جمشید نادری (مشاور فنی مدیرعامل)





■ هادی اویار حسین (مدیر عامل شرکت)



■ محمدعلی اسدی (معاون پشتیبانی و اقتصادی)

■ حسین رهبر (معاون بیمه‌های زندگی)



■ بهمن یویان‌فر (مدیر حسابداری-بازرسی و کنترل های داخلی)

■ رضا صراف (مشاور فنی مدیرعامل)

■ فراز رنجپور (مدیرعامل شرکت باری‌رسان)



■ سارا آقایی (سرپرست بیمه‌های بازربری)

■ علی کمندی (مدیر فن آوری اطلاعات)

■ افشین نوری (سرپرست روابط عمومی)

نگاهی به پدیده پولشویی



علی گرجی نژاد
رئیس اداره مبارزه با پولشویی

پولشویی یعنی مشروع جلوه‌دادن پول‌هایی که از راه‌های غیرقانونی و نامشروع به‌دست می‌آیند با استفاده از روش‌هایی که باعث پنهان شدن منشاء غیرقانونی آن پول‌ها می‌شوند.

تعریف

پولشویی فعالیت غیرقانونی است که در طی انجام آن، عواید و درآمد‌های ناشی از اعمال خلاف قانون، مشروعیت می‌یابد. به عبارت دیگر پول‌های کثیف ناشی از اعمال خلاف به پول‌های به‌ظاهر تمیز تبدیل می‌شوند و در بدنه اقتصاد جایگزین می‌شود.

طبق ماده ۲ قانون مبارزه با پولشویی (ایران)، جرم پولشویی عبارت است از:

تحصیل، تملک، نگهداری یا استفاده از عواید حاصل از فعالیت‌های غیرقانونی با علم به این که به‌طور مستقیم یا غیر مستقیم در نتیجه ارتکاب جرم به دست آمده باشد؛

تبدیل، مبادله، یا انتقال عوایدی به منظور پنهان کردن منشاء غیرقانونی آن با علم به این که به‌طور مستقیم یا غیر مستقیم ناشی از ارتکاب جرم بوده یا کمک به مرتکب به نحوی که وی مشمول آثار و تبعات قانونی ارتکاب آن جرم نگردد.

اخفا یا پنهان یا کتمان کردن ماهیت واقعی، منشاء، منبع، محل، نقل و انتقال، جابه‌جایی، یا مالکیت عوایدی که به‌طور مستقیم یا غیر مستقیم در نتیجه جرم تحصیل شده باشد.

این عمل، یک روش معمول و منطقی برای به‌دست آوردن سود از فعالیت‌های غیرقانونی برای مجرمین است. خلاف کاران از طیف وسیع اعمال غیراخلاقی و غیرقانونی مانند استفاده از رانت شرکت‌های دولتی در ایران و حذف منبع پول و همچنین قاچاق مواد مخدر، تقلب‌ها، ثروت‌های قابل مصادره، گروگان‌گیری، قمار و همچنین اهدای پول به سازمان‌های تروریستی و حتی

تقلب‌ها مالی در اینترنت یا دیگر ابزار اطلاع‌رسانی سودهای کلانی را به‌دست می‌آورند.

ناریخچه اصطلاح

نخستین بار فردی به نام آلکاپون گروهی به نام آلکاپون‌ها را تشکیل داد. این گروه به زور از مردم اخاذی می‌کردند. آنان برای پنهان‌سازی شیوه عمل خود، رخت‌شوی‌خانهای تاسیس کردند و وانمود می‌کردند درآمد خود را از این راه به دست می‌آورند؛ نه از راه نامشروع. اصطلاح پولشویی این چنین شکل گرفت. هم‌اکنون در ایران بزرگ‌ترین افرادی که به این اعمال مجرمانه اقدام می‌کنند با استفاده روش‌های متفاوت هم‌چون جعل اسناد و استفاده از افراد خاص در بدنه اداره ثبت احوال کشور اقدام به ایجاد هویت‌های متفاوت می‌نمایند تا اعمال خلاف کارانه خود را از دید مأموران دور نگه دارند تا بتوانند آزادانه مقدار حجم انبوه مالی که از راه غیرقانونی به دست آوردند را موجه جلوه دهند.

روش‌های پولشویی

شیوه‌های پولشویی پیچیده و متنوع است. این شیوه‌ها به عواملی چون نوع خلاف انجام‌شده، نوع نظام اقتصادی و قوانین و مقررات کشوری بستگی دارد که در آن‌جا خلاف صورت گرفته است و نوع مقررات کشوری که در آن جا پول تطهیر می‌شود. از معمول‌ترین و مهم‌ترین روش‌های پولشویی این است که پول‌شویان اقدام به تاسیس شرکت‌های مختلف برای نقل و انتقال پول‌های کثیف و همچنین اقدام به هزینه کردن این گونه پول‌ها در امور اقتصادی متنوع هم‌چون انجام کارهای عمرانی یا سرمایه‌گذاری در انواع مختلف بازارهای مالی (بانک، بورس، ...) و خدمات مهندسی گوناگون می‌کنند. راحت‌ترین روش برای کاهش جلب توجه مجریان قانون به عملیات پولشویی این است که مقادیر هنگفت پول نقد به مقادیر کوچکی تبدیل می‌شود. این مبالغ یا به‌طور مستقیم در بانک سپرده‌گذاری می‌شود یا با آن ابزارهای مالی چون

چک، سفته، سهام، اوراق مشارکت، و غیره خرید می‌شود و آن‌ها را در مکان‌های دیگر سرمایه‌گذاری می‌کنند.

از شیوه‌های دیگر تطهیر پول می‌توان به سرمایه‌گذاری موقت در بنگاه‌های تولیدی - تجاری قانونی، سرمایه‌گذاری در بازار سهام و اوراق قرضه، ایجاد سازمان‌های خیریه قلابی، سرمایه‌گذاری در بازار طلا و الماس و دیگر فلزات گران‌بها یا جواهرآلات، شرکت در مزایده‌های آثار هنری و اجناس غتیقه و انتقال پول به کشورهای دارای مقررات بانکی آزاد - مثل سوئیس - اشاره کرد. به صورتی که پول کثیف زمانی که در فعالیت‌های قانونی وارد و سرمایه‌گذاری می‌شود، در طول گردش و دست‌به‌دست شدن با پول‌های تمیز آمیخته می‌شود، تا جایی که شناسایی آن ناممکن می‌شود. متأسفانه، تاکنون روش قابل‌قبولی برای اندازه‌گیری حجم پولشویی ارایه نشده است.

تأثیر پولشویی بر اقتصاد

پولشویی به عنوان یک جرم مالی تأثیر منفی چشم‌گیری بر رشد و توسعه اقتصادی کشورها به جای می‌گذارد. در قطعنامه‌ای که در ژوئن ۱۹۹۸ در مجمع عمومی سازمان ملل متحد تصویب شد، برآورد شد سالانه دست‌کم ۲ میلیارد دلار پول تطهیر می‌شود. از جمله اثرات منفی پولشویی می‌توان موارد زیر را نام برد:

تخریب بازارهای مالی

فرار سرمایه به صورت غیرقانونی از کشور کاهش تقاضای پول و کاهش معینی در نرخ سالانه تولید ناخالص ملی و رشکستگی بخش خصوصی کاهش بهره‌وری در بخش واقعی اقتصاد افزایش ریسک خصوصی سازی تخریب بخش خارجی اقتصاد بی‌ثباتی در روند نرخ‌های ارز و بهره توزیع نابرابر درآمد

وفاداری مشتری

قدرت بیشتری برای ایجاد وفاداری مشتری برخوردار است.

اما ممکن است این سوال مطرح شود که اصولاً چرا مشتریان وفادار سودآورند؟ صاحب‌نظران دانش بازاریابی مزایای زیادی را برای وفاداری برشمردند که برخی از بارزترین آن‌ها عبارتند از:

- ۱- کاهش هزینه‌های جذب مشتریان جدید؛
- ۲- کاهش حساسیت مشتریان به تغییرات و قیمت‌ها؛
- ۳- منافع حاصل از ارزش طول عمر مشتری
- ۴- عملکرد مثبت از طریق افزایش قدرت پیش‌بینی؛
- ۵- افزایش موانع برای ورود رقبای جدید.

اما با تمام این‌ها مزایا و منافعی که در اثر بلوغ مشتریان در شرکت‌ها و در بلندمدت حاصل می‌شود دارای اجزای زیر است. (کورايتز، ۱۹۹۸)

۱- هزینه‌های جذب این هزینه‌ها شامل قیمتی است که شرکت در بار اول برای جذب هر مشتری متحمل می‌شود. این قیمت شامل هزینه‌های تبلیغات مستقیم، کمیسیون فروش، نیروهای فروش، ترفیعات و... است که مستقیماً برای جذب این مشتریان پرداخت می‌شود این هزینه در سال اول نمی‌تواند توسط درآمدهای حاصله تسویه شود.

۲- سود پایه: به مابعد تفاوت درآمدهای حاصل از فروش نهایی شرکت و هزینه‌های شرکت در سال دوم مربوط می‌شود.

۳- رشد در آمد: سود واقعی در حقیقت از آنجا شروع می‌شود که مشتری خریدهایی به مقدار و انواع بیشتر انجام می‌دهد و ارزش‌های حاصل از وفاداری خود را نشان می‌دهد.

۴- صرفه‌جویی: شرکت‌ها و مشتریان هر دو با افزایش تجربه یاد می‌گیرند که چطور عملکرد موثرتری داشته باشند و صرفه‌جویی‌های اقتصادی در خصوص سرعت و زمان و... صورت می‌گیرد.

۵- مراجعات: افزایش قدرت پیش‌بینی شرکت‌ها از طریق مشتریان وفادار و کاهش ریسک مشتریان برای بازگشت مجدد برای خرید، در کل به بهبود نرخ بازگشت سرمایه شرکت و افزایش سود عملیاتی شرکت‌ها منجر می‌شود.

۶- صرف قیمت: مشتریان وفادار اغلب تمایل به پرداخت دارند و برای استفاده از کوبین‌های تخفیف و دیگر ابزارهای ترفیعی علاقه اندکی از خود نشان می‌دهند در حقیقت آن‌ها به قیمت‌ها حساس نیستند.

ارسالی از حمید رضا تمجیدی

معاون مجتمع بیمه ای ارومیه

منبع: سایت راهبردسازان خلاق مدیر بت

انتصاب

طی احکام جداگانه‌ای از سوی هادی اوپارحسین مدیرعامل بیمه پارسیان، مالک اژدر برزگر صدیق به‌عنوان معاون مدیرعامل در بیمه‌های غیرزندگی منصوب شد. همچنین در راستای ارزیابی ریسک و تعیین نرخ و شرایط برای ریسک‌های انرژی و یا ریسک‌های با سرمایه بالا که نیاز به اخذ پوشش اتکایی دارد، شورایی به‌نام «شورای تعیین نرخ و شرایط ریسک‌های خاص» تشکیل شده که وی به‌عنوان رئیس شورای مذکور نیز منصوب شده است.

در احکام دیگری نیز دکتر حسین رهبر به‌عنوان معاون بیمه‌های زندگی مدیرعامل و دکتر محمد خدادادی با توجه به تصویب ساختار سازمانی جدید شرکت به‌عنوان معاون مدیرعامل در بیمه‌های خودرو منصوب شدند.

همچنین تعداد دیگری از همکارانمان به سمت‌های جدید منصوب شدند که این سمت‌های جدید عبارتند از: حمیدرضا زنگنه وند، سرپرست منطقه غرب کشور؛ پرویز آذرمان، رئیس شعبه شرق؛ آرش خوشکار، رئیس شعبه بابل؛ سعید هرسج ثانی، رئیس مجتمع بیمه‌ای غرب؛ محمد کریمی، رئیس شعبه بیمه‌ای؛ حسین استادرحیمی، رئیس مجتمع بیمه‌ای اصفهان؛ مسعود نیک فرجام، رئیس شعبه چالوس؛ مرتضی عسگری مقدم، رئیس مجتمع بیمه‌ای کاشان؛ نصرت‌الله عالیخانی، رئیس مجتمع بیمه‌ای خرم‌آباد؛ مجتبی شاطری، رئیس مجتمع بیمه‌ای سمنان؛ قنبر ربیعی، رئیس مجتمع بیمه‌ای ساری؛ رحمان فتحی سلامت، رئیس مجتمع بیمه‌ای سمنان؛ منصور دهقان دولتی، رئیس مجتمع بیمه‌ای کرمان؛ امیرحسین فرداد، سرپرست مجتمع بیمه‌ای تبریز؛ احمدرضا امید ارجنگی، سرپرست مجتمع بیمه‌ای شهرکرد؛ رامین احتشامی، معاون مجتمع بیمه‌ای زاهدان؛ محمد سیحون، معاون مجتمع بیمه‌ای یزد؛ حسینعلی خواجهمزاده، معاون شعبه پوهشهر؛ محمدرضا صالحی‌نژاد، معاون مجتمع قزوین؛ علیرضا حاجی حیدری، معاون مجتمع اهواز؛ مسعود مهرابی، معاون مجتمع کرج؛ احمد فخاری همت، معاون مجتمع همدان؛ حیدر رجایی، معاون مجتمع مشهد؛ دانیال امیری، معاون مجتمع گرگان؛ سعید توسلی، معاون مجتمع کرمانشاه؛ رضا ذکریایی، معاون شعبه آمل؛ حمیدرضا تمجیدی، معاون مجتمع ارومیه؛ محمدرضا شکیبایی، معاون مجتمع شیراز؛ ابراهیم اسماعیلی دهکردی، معاون مجتمع شهرکرد؛ شورش سلیمانپور، معاون مجتمع بیمه‌ای سمنان؛ مجتبی رجبی، معاون مجتمع بیمه‌ای سمنان؛ امین فصیحی هرنندی، معاون مجتمع بیمه‌ای کرمان؛ علی حسین محسنی خلیفه آبادی، معاون مجتمع بیمه‌ای خرم‌آباد؛ شکوفه حیدری، معاون مجتمع بیمه‌ای بندرعباس؛ یاسر قنبری نودهی، معاون مجتمع بیمه‌ای ساری؛ مهسا فامیلی، سرپرست معاونت مجتمع بیمه‌ای کرمان؛ فرزاد گوهری بروجردی، معاون مدیر حسابرسی، بازرسی و کنترل‌های داخلی؛ سحر سرلک، رئیس اداره صدور بیمه‌های عمر انفرادی؛ کامران فرهادسرتشت، سرپرست اداره محاسبات و پشتیبانی بیمه‌های عمر؛ منصور شاهرخی، رئیس مجتمع بیمه‌ای اهواز؛ افسانه صالحی، رئیس اداره حسابداری غیرعملیاتی؛ فاطمه‌السادات جعفری، سرپرست اداره آمار و داده‌کاوی؛ نفیسه گواهی، سرپرست اداره سیستم‌های اطلاعاتی؛ امید عسگری سده، رئیس اداره خسارت بیمه‌های بدنه در مدیریت خسارت‌های مالی؛ محمد شجاعی، رئیس اداره کارشناسی و ارزیابی خسارت اتومبیل در مدیریت خسارت‌های مالی خودرو؛ امیرمحمد رنجبر، رئیس اداره توسعه فروش بیمه‌های عمر انفرادی

بازاریابان تا دیروز تنها در اندیشه یافتن مشتری بودند و گروه فروش در پی شکار مشتریان تازه بود ولی در دیدگاه امروزی؛ بازاریابی یعنی رشد دادن مشتری یعنی توجه به رضایتمندی وی و کیفیت از دیدگاه وی. در نهایت امروزه هنر بازاریابی آن است که مشتریان یک سازمان در داخل همکار و در خارج از سازمان حامی و طرفدار سازمان باشد و امروزه متعهد کردن مشتری جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده است. پرداختن به مقوله وفاداری و مطالعه وفاداری به نام و نشان (مارک) و وفاداری مشتریان توسط افراد زیادی بسط و گسترش داده شد. وفاداری، ذهنیت مثبتی را در اذهان شنونده ایجاد می‌کند.

در اغلب موارد وفاداری از روابطی سرچشمه می‌گیرد که طرفین رابطه هر دو برنده باشند. به هر حال وفاداری عبارتست از: وجود یک نوع نگارش مثبت به یک موجود (مارک، خدمت، مغازه یا فروشنده) و رفتار حمایتگرانه از آن. همان طور که مشاهده می‌شود در تعریف وفاداری دو رویکرد دیده می‌شود:

۱. رویکرد نگرشی

۲. رویکرد رفتاری

اما تعریف کامل‌تری نیز از وفاداری وجود دارد که توسط ریچارد اولیور (۱۹۹۹) مطرح شده است:

وفاداری به یک تعهد قوی برای خرید مجدد یک محصول یا یک خدمت برتر در آینده اطلاق می‌شود، به صورتی که همان مارک یا محصول علی‌رغم تأثیرات و تلاش‌های بازاریابی بالقوه رقیب، خریداری شود.

اگر بخواهیم تعریف وفاداری مشتری را به صورت گسترده‌تری نشان دهیم به این صورت است که وفاداری یا سه عنصر زیر همراه است:

۱- عنصر رفتاری مشتری که همان تکرار عمل خرید است؛

۲- عنصر نگرشی مشتری که همان تعهد و اطمینان مشتری است؛

۳- عنصر در دسترس بودن گزینه‌های زیاد برای انتخاب و انجام عمل خرید.

البته الیور رویکرد نگرشی را به سه قسم مجزا تقسیم کرده است: وفاداری شناختی که به رفتار مشتری منجر شده و به باور مشتری مربوط می‌شود؛

وفاداری احساسی که به تعهد و اعتماد مشتری منجر شده و به احساس وی مربوط می‌شود؛

وفاداری کنشی که به قصد مشتری برای انجام عمل خرید در آینده مربوط می‌شود.

وفاداری شناختی در مقایسه با دو نوع دیگر از

تشریح داخلی
شرکت بیمه پارسیان



شماره ۹ و ۸
خرداد و تیرماه ۱۳۹۲

تازه‌های بیمه‌های عمر

ارائه بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری (طرح سالمندان) به متقاضیان بیمه‌های عمر انفرادی

به اطلاع روسای محترم مجتمع‌ها، شعب، مسئولین باجه‌های بیمه‌ای و همچنین کلیه نمایندگان محترم شرکت می‌رساند، در راستای ارائه خدمات متمایز، شرکت بیمه پارسیان مبادرت به ارائه طرحی مبتنی بر صدور بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری برای بیمه‌شدگان بالای ۶۵ سال، تحت عنوان **بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری (طرح سالمندان)** نموده است. بدیهی است که همکاران و نمایندگان محترم از تاریخ ابلاغ این بخشنامه به منظور اطلاع‌رسانی و آگاهی متقاضیان محترم بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری (طرح سالمندان) اقدام نمایند.

در جدول زیر، در خصوص بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری (طرح سالمندان) به اختصار اشاره شده است.

ردیف	موضوع	توضیحات
۱	نرخ افزایش سرمایه فوت	ثابت (صفر)
۲	نرخ افزایش حق بیمه منظم	ثابت، ۵ درصد، ۱۰ درصد، ۱۵ درصد، ۲۰ درصد
۳	مدت بیمه‌نامه	بسته به نظر پزشک معتمد
۴	سرمایه فوت	حداقل ده و حداکثر بیست میلیون ریال تعهدات بیمه‌گر
۵	پوشش‌های اضافی	فاقد پوشش اضافی

سن	آزمایش‌های مورد نیاز
از ۶۶ به بالا	آزمایشات غربالگری و عمومی

هزینه آزمایشات اعم از غربالگری و عمومی به عهده بیمه‌گذار است.

آزمایشات غربالگری عبارت است از:

آقایان: کولونوسکوپی، اندوسکوپی و PSA.

بانوان: کولونوسکوپی، اندوسکوپی، ماموگرافی و پاپ اسمیر.

در صورتی که بیمه‌شده آزمایشات غربالگری را از قبل انجام داده باشد و بیشتر از ۱ سال از انجام آن نگذشته باشد، در صورت ارائه به بیمه‌گر مبنای ارزیابی پزشکی برای بیمه‌شده قرار خواهد گرفت.

در صورتی که بیمه‌شده آزمایشات غربالگری را ارائه نماید و مورد تایید پزشک معتمد بیمه‌گر قرار گیرد، آزمایشات عمومی برای بیمه‌شده، از طرف بیمه‌گر درخواست می‌شود. بیمه‌گر در پذیرش و عدم پذیرش بیمه‌شده در طرح سالمندان مختار است. در محاسبات طرح بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری سالمندان، به منظور تکریم سالمندان محترم هزینه بیمه‌گری صفر در نظر گرفته شده است. سایر موارد مشابه بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری عادی است.

اصلاح جدول سن و سرمایه برای معاینات و آزمایشات پزشکی بیمه عمر و سرمایه‌گذاری

به اطلاع روسای محترم مجتمع‌ها، شعب، مسئولین باجه‌های بیمه‌ای و همچنین کلیه نمایندگان محترم می‌رساند، به منظور تسهیل، ارائه خدمات متمایز و کسب رضایت مشتریان محترم بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری، سقف ارائه پوشش بیمه‌ای (سرمایه فوت) بدون انجام معاینات و آزمایشات پزشکی افزایش یافت. بدیهی است از تاریخ ابلاغ این بخشنامه، جدول «سن و سرمایه برای معاینات و آزمایشات پزشکی

بیمه عمر و سرمایه‌گذاری» به شماره شناسایی PI۳۱T۰۰۱ و شماره بازنگری ۰۱ مینا قرار خواهد گرفت. لذا از همکاران و نمایندگان محترم انتظار می‌رود، نسبت به راهنمایی متقاضیان، بیمه‌شدگان و بیمه‌گذاران محترم بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری اقدام نمایند. فرم‌ها و مستندات در [منو دانلود سامانه اطلاع‌رسانی بیمه‌های عمر انفرادی](#) (در منو همکاران سایت شرکت) و در سامانه آیین نامه‌ها و بخشنامه‌ها، قسمت فرم‌ها و مستندات بیمه عمر انفرادی قابل دریافت است. خلاصه موارد اصلاح شده به شرح زیر است:

ردیف	سن بیمه‌شده	سرمایه فوت (میلیون ریال)
۱	تا ۳۰ سال	۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	از ۳۱ تا ۴۰ سال	۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰
۳	از ۴۱ تا ۵۰	۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰

افزایش پوشش بیمه‌ای و امکان افزایش نرخ سرمایه فوت بیمه عمر و سرمایه‌گذاری (ویژه کودکان)

به اطلاع روسای محترم مجتمع‌ها، شعب، مسئولین باجه‌های بیمه‌ای و همچنین کلیه نمایندگان محترم می‌رساند، به منظور تسهیل، ارائه خدمات متمایز و کسب رضایت مشتریان محترم بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری، سقف ارائه پوشش بیمه‌ای (سرمایه فوت) به کودکان افزایش و همچنین امکان افزایش سرمایه فوت تا سقف ۵۰ درصد مهیا شده است. بدیهی است از تاریخ ابلاغ این بخشنامه، ارائه پوشش بیمه‌ای (ویژه کودکان) به شرح ذیل است. لذا از همکاران و نمایندگان محترم انتظار می‌رود، نسبت به راهنمایی متقاضیان، بیمه‌شدگان و بیمه‌گذاران محترم بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری اقدام نمایند.

ردیف	سن بیمه‌شده	سرمایه فوت (ریال)		پوشش‌های اضافی
		حداقل	حداکثر	
۱	از بدو تولد تا ۳ سال	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰	پوشش‌های اضافی
۲	۴ تا ۱۰ سال	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	ثابت و ۵۰ درصد
۳	از ۱۱ تا ۱۵ سال	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰	ثابت و ۵۰ درصد

همچنین برای سنین ۱۵ تا ۲۰ سال، امکان ارائه پوشش سرمایه فوت تا سقف چهارصد میلیون ریال فراهم شده است.

ردیف	سن بیمه‌شده	سرمایه فوت (ریال)		پوشش‌های اضافی
		حداقل	حداکثر	
۱	از ۱۶ تا ۲۰ سال	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱- فوت در اثر حادثه ۲- امراض خاص نقص عضو یا ازکارافتادگی ۳- تقص ۴- معافیت از پرداخت حقیقه

شرکت بیمه پارسیان

شماره ۸۹۰
خرداد و تیرماه ۱۳۹۲

گفتنی است پوشش اضافی معافیت از پرداخت حق بیمه عمر و سرمایه‌گذاری، متناسب با بند (د) ماده (۱) شرایط اختصاصی پوشش مربوطه و بنا به نظر اداره صدور بیمه‌های عمر قابل ارائه خواهد بود.

بند (د) ماده (۱): بیمه شده شاغل و دارای حداقل ۱۸ سال و حداکثر ۶۰ سال سن باشد.

ارائه بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری (طرح جامع خانواده) به متقاضیان بیمه‌های عمر انفرادی

به اطلاع روسای محترم مجتمع‌ها، شعب، مسئولین باجه‌های بیمه‌ای و همچنین کلیه نمایندگان محترم شرکت می‌رساند، در راستای ارائه خدمات متمایز و توسعه بازار بیمه‌های عمر انفرادی، شرکت بیمه پارسیان مبادرت به ارائه طرحی مبنی بر صدور بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری برای اعضای خانواده، تحت عنوان بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری (طرح جامع خانواده) نموده است. طرح جامع خانواده با هدف ارائه پوشش بیمه‌ای به اعضای خانواده در قالب یک بیمه‌نامه جامع طراحی شده است. در این بیمه‌نامه تا چهار نفر از اعضای خانواده می‌توانند با خرید یک بیمه‌نامه، از پوشش‌های بیمه‌ای استفاده نمایند. همچنین از محل حق بیمه‌های پرداختی (پس از کسر کسورات قانونی شامل حق بیمه مربوط به پوشش‌های بیمه‌ای و هزینه‌های بیمه‌نامه)، اندوخته سرمایه‌گذاری نیز برای آنان ایجاد خواهد شد. بدیهی است که همکاران و نمایندگان محترم از تاریخ ابلاغ این بخشنامه، به منظور اطلاع‌رسانی و آگاهی متقاضیان محترم بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری (طرح جامع خانواده) اقدام نمایند.

الزامات الحاقیه تغییرات در خصوص تغییر نام و نام خانوادگی بیمه‌گذار، بیمه‌شده و ذی‌نفعان بیمه‌نامه

به اطلاع روسای محترم مجتمع‌ها، شعب، مسئولین باجه‌های بیمه‌ای و همچنین کلیه نمایندگان محترم می‌رساند، به منظور صدور الحاقیه تغییرات عمر انفرادی مبنی بر «تغییر نام و نام خانوادگی بیمه‌گذار، بیمه‌شده و ذی‌نفعان بیمه‌نامه»، احراز هویت به وسیله «شناسنامه» توسط متصدی امر، همچنین تهیه کپی از صفحه اول و صفحه آخر (توضیحات) شناسنامه و الصاق آن به همراه فرم درخواست الحاقیه تغییرات از تاریخ ابلاغ بخشنامه ضروری است. احراز هویت در سایر موارد بر اساس بخشنامه «احراز هویت بیمه‌گذاران برای ارائه خدمات پس از صدور بیمه‌های عمر انفرادی» به کد ۸۹۳۱۲۰ است.

افزایش سقف سرمایه پوشش اضافی امراض خاص بیمه عمر و سرمایه‌گذاری

به اطلاع روسای محترم مجتمع‌ها، شعب، مسئولین باجه‌های بیمه‌ای و همچنین کلیه نمایندگان محترم می‌رساند، به منظور ارائه خدمات متمایز به مشتریان محترم بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری، سقف سرمایه پوشش اضافی امراض خاص به سیصد میلیون ریال افزایش یافت. بدیهی است از تاریخ ابلاغ این بخشنامه ارائه سرمایه امراض خاص بر مبنای ۳۰ درصد سرمایه فوت تا سقف سیصد میلیون ریال امکان‌پذیر خواهد بود. لذا از همکاران و نمایندگان محترم انتظار می‌رود، نسبت به راهنمایی متقاضیان، بیمه‌شدگان و بیمه‌گذاران محترم بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری اقدام نمایند.

کاهش حداقل حق بیمه یکجا به ۳۰ میلیون ریال در بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری

به اطلاع روسای محترم مجتمع‌ها، شعب، مسئولین باجه‌های بیمه‌ای و همچنین کلیه نمایندگان محترم شرکت می‌رساند، در راستای ارائه خدمات متمایز به

بیمه‌گذاران محترم، حق بیمه یکجا به حداقل ۳۰ میلیون ریال کاهش یافت. لازم به یادآوریست که پرداخت حق بیمه یکجا در ابتدای سال اول بیمه‌ای برای بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری امکان‌پذیر است. بدیهی است، حق بیمه یکجا بایستی به میزانی تعیین شود که «حق بیمه سرمایه فوت»، «هزینه‌های بیمه‌نامه»، «حق بیمه پوشش‌های اضافی و مالیات بر ارزش افزوده (در صورتی که هر دو مورد فوق‌الذکر از حق بیمه پایه کسر شود)» را پوشش دهد. از همکاران و نمایندگان محترم انتظار می‌رود که در خصوص بخشنامه فوق، اقدام به راهنمایی بیمه‌گذاران محترم بیمه‌های عمر انفرادی نمایند.

کاهش حداقل حق بیمه اولیه به ۱۰ میلیون ریال در بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری

به اطلاع روسای محترم مجتمع‌ها، شعب و مسئولین باجه‌های بیمه‌ای و همچنین کلیه نمایندگان محترم شرکت می‌رساند، در راستای ارائه خدمات متمایز به بیمه‌گذاران محترم و همچنین تقویت ارزش بازرگانی بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری، حق بیمه اولیه به حداقل ۱۰ میلیون ریال کاهش یافت. لازم به یادآوریست که پرداخت حق بیمه اولیه علاوه بر بدو قرارداد، در ابتدای هر سال بیمه‌ای برای بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری امکان‌پذیر است. لذا از همکاران و نمایندگان محترم انتظار می‌رود که در خصوص بخشنامه فوق، اقدام به راهنمایی بیمه‌شدگان و بیمه‌گذاران محترم بیمه‌های عمر انفرادی نمایند. بدیهی است بیمه‌گذارانی که تمایل به پرداخت حق بیمه اولیه دارند می‌توانند درخواست خود را در قالب فرم الحاقیه تغییرات بیمه عمر انفرادی (PI۳۱۴۰۰۷) برای اداره خدمات پس از صدور بیمه‌های عمر انفرادی ارسال نمایند.

ثبت درخواست برگشت مبلغ پیش پرداخت در سامانه یکپارچه بیمه‌نامه عمر انفرادی

به اطلاع روسای محترم مجتمع‌ها، شعب و مسئولین باجه‌های بیمه‌ای و همچنین کلیه نمایندگان محترم شرکت می‌رساند، در راستای ارائه خدمات بهتر و سریعتر و ایجاد نظم بیشتر در پاسخگویی به درخواست‌های بیمه‌گذاران محترم در حوزه صدور بیمه‌های عمر انفرادی، فرم درخواست برگشت مبلغ پیش پرداخت بیمه‌های عمر انفرادی در صورت عدم صدور بیمه‌نامه از طریق سامانه یکپارچه بیمه‌نامه عمر انفرادی قابل ثبت و پیگیری است. از همکاران و نمایندگان محترم انتظار می‌رود از تاریخ ۱۳۹۲/۰۲/۲۱ کلیه درخواست‌های بیمه‌گذاران محترم عمر انفرادی را از این طریق ثبت و پیگیری نمایند؛ در غیر این صورت به درخواست‌هایی که از طریق فکس ارسال می‌شود، ترتیب اثر داده نخواهد شد.

آپلود کارت ملی بیمه‌گذار جهت صدور بیمه‌نامه عمر انفرادی

به اطلاع روسای محترم مجتمع‌ها، شعب، مسئولین باجه‌های بیمه‌ای و همچنین کلیه نمایندگان محترم شرکت می‌رساند، در راستای دستور بیمه مرکزی ایران در خصوص قانون مبارزه با پولشویی، احراز هویت ارباب رجوع و در صورت اقدام توسط نماینده یا وکیل، احراز سمت و هویت نماینده و وکیل و اصل در مواردی که قرینه‌ای بر تخلف وجود دارد، الزامی است. لذا بر این اساس الصاق کارت شناسایی معتبر بیمه‌گذار (کارت ملی) به سایر ضمانت‌های جهت صدور بیمه‌نامه عمر انفرادی ضروری است. لازم به یادآوریست که همکاران و نمایندگان محترم جهت صدور بیمه‌نامه عمر انفرادی از تاریخ ۱۳۹۲/۰۳/۱۵ اسکن کارت ملی بیمه‌گذار را در سامانه یکپارچه بیمه عمر انفرادی آپلود نمایند. بدیهی است از تاریخ اعلام شده صدور بیمه‌نامه منوط به تکمیل مدارک است. از همکاران و نمایندگان محترم انتظار می‌رود که در خصوص بخشنامه فوق، اقدام به راهنمایی بیمه‌گذاران محترم بیمه‌های عمر انفرادی نمایند.

تشریح داخلی
شرکت بیمه پارسیان



شماره ۸ و ۹
خرداد و تیرماه ۱۳۹۲

سردبیر: افشین نوری

رئیس شورای سیاست‌گذاری

و دبیر تحریریه: مبینا بنی‌اسدی

گرافیک: فریبا امامی

طراحی و صفحه‌آرایی: شهرزاد خباز

چاپ: شرکت پژواک هنر

آدرس: تهران - بلوار آفریقا - بالاتر از چهارراه جهان کودک

خیابان شهید صانعی - پلاک ۱۵ - کد پستی ۱۹۶۹۹۵۷۴۱۳

تلفن: ۸۸۶۴۲۷۰۰ دورنگار: ۸۸۶۴۲۷۳۷

تلفن روابط عمومی: ۸۸۷۹۵۰۰۲

پست الکترونیکی: parsianjournal@gmail.com
pr@parsianinsurance.com



دنیای دنیا آرامش
بیمه پارسیان

معرفی سامانه مدیریت یادگیری الکترونیکی بیمه پارسیان

اداره آموزش شرکت بیمه پارسیان
مقدمه

■ مدل (MOODLE) محیط آموزشی پویایی است که در قالب یک بستر نرم‌افزاری آزاد تحت عناوین سامانه مدیریت دوره آموزشی (CMS)، سامانه مدیریت یادگیری (LMS) یا محیط یادگیری مجازی (VLE) شناخته شده است. عمده آموزشگران در سراسر جهان از مدل به عنوان ابزاری جهت ایجاد رابط‌های پویا و بر خط (on-line) با آموزش‌گیران خویش استفاده می‌نمایند. در واقع، تمرکز اصلی مدل بر مدیریت و ارتقای یادگیری است. همچنین، می‌توان از مدل به عنوان ابزار آموزشی مستقلی که جایگزین آموزش سنتی و رو در رو است، استفاده نمود و یا همراه با آموزش سنتی به عنوان ابزاری کمک آموزشی به کار برد. در گزارش حاضر به شرح «سامانه یادگیری الکترونیکی بیمه پارسیان» و امکانات آن پرداخته خواهد شد.

معرفی سامانه یادگیری الکترونیکی بیمه پارسیان

سامانه یادگیری الکترونیکی بیمه پارسیان به آدرس اینترنتی <http://lms.parsianinsurance.com> قابل دسترسی است. از قابلیت‌های سامانه مذکور می‌توان به سهولت دسترسی و دریافت کلیه محتوای آموزشی اعم از جزوات و رکوردهای آموزشی جهت استفاده نمایندگان و کارکنان اشاره نمود. دروس قابل ارائه در این سامانه به ۵ طبقه کلی تقسیم شده‌اند که عبارتند از:

■ آموزش متقاضیان اخذ کد نمایندگی

■ آموزش متقاضیان اخذ مجوز صدور

■ تکنیک‌های بازاریابی و فروش انواع بیمه‌نامه‌ها

■ آموزش کارکنان جدیدالاستخدام

■ بازآموزی تخصصی نمایندگان و کارکنان

هریک از دروس نامبرده شامل طرح‌های موضوعی مربوط به همان درس هستند. بدین معنا که طرح موضوعی هر یک از دروس شامل کلیه منابع اطلاعاتی تدریس شده در آن درس است. این منابع اطلاعاتی نیز به نوبه خود دربرگیرنده فایل نرم جزوات آموزشی و یا رکوردهایی که از تدریس اساتید جهت آموزش مجازی تهیه شده‌اند، است. قابل‌های مولتی مدیا در این سامانه را هم به صورت آنلاین می‌توان مشاهده نمود و هم می‌توان جهت استفاده در هر زمان و هر مکان بر روی سیستم شخصی دائلود کرد. شایان ذکر است که در حال حاضر امکان اتصال به سامانه مذکور و دریافت منابع اطلاعاتی از آن برای کلیه کاربران بیمه پارسیان مقدور است. همچنین، جهت دسترسی سریع‌تر به سامانه مدیریت یادگیری، لینک اتصال به آن در سایت اصلی بیمه پارسیان گذاشته شده تا کاربران بدون نیاز به وارد نمودن آدرس اختصاصی سامانه یادگیری الکترونیکی و تنها با کلیک بر روی آیکن مربوطه امکان ورود به صفحه اصلی سامانه را داشته باشند.

مزایای استفاده از LMS:

- جلوگیری از صرف هزینه تکثیر CDهای آموزشی و ارسال آنها به کلیه مجتمع‌های بیمه‌ای
- جلوگیری از صرف هزینه تکثیر جزوات آموزشی
- امکان استفاده و دریافت کلیه منابع اطلاعاتی برای فراگیرانی که در جلسه‌ای غیبت داشته‌اند
- امکان مطالعه منابع اطلاعاتی پیش از شروع دوره آموزشی جهت آمادگی بیشتر برای حضور در دوره
- جامعیت شمول منابع اطلاعاتی به صورت یکپارچه که کاربر را جهت دریافت اطلاعات مورد نیاز به صورت درست هدایت می‌کند.



نوآوری دیگری از کارشناس امور بیمه‌ای مجتمع غرب؛

طراحی سیستم محاسبه حق بیمه درمان گروهی برای اولین بار

در شماره گذشته نشریه چتر پیرامون طراحی سیستم استعلام حق بیمه بدنه سواری و ثالث برای اولین بار توسط وحید غفوری، کارشناس مجتمع بیمه‌ای غرب خبری منتشر شد. به تازگی مطلع شدیم که وی برنامه نویسی سیستم محاسبه حق بیمه درمان گروهی را نیز تحت برنامه اکسل به اتمام رسانده است.

غفوری درباره هدف از طراحی این برنامه جدید گفت: با توجه به استقبال قابل توجه همکاران و نمایندگان از برنامه محاسبه حق بیمه ثالث و بدنه اتومبیل که سال گذشته توسط اینجانب در محیط اکسل طراحی شد و همچنین درخواست و تشویق همکارانم در مجتمع غرب که در واحد درمان فعالیت دارند این انگیزه را باری دیگر در من ایجاد کرد که برنامه‌ای در محیط اکسل جهت «محاسبه حق بیمه درمان گروهی» طراحی کنم.

وی افزود: سابقاً محاسبه حق بیمه توسط ماشین حساب و به صورت دستی انجام می‌شد که بسیار زمان‌بر بود و درصد خطای بالایی داشت، ولی در برنامه طراحی شده علاوه بر بالا رفتن سرعت در محاسبه حق بیمه، میزان خطای آن نیز به صفر رسیده است. غفوری با بیان اینکه این برنامه برای اولین بار است که طراحی شده، تاکید کرد: یک ماه وقت صرف طراحی این سیستم کرده‌ام و باید بگویم این برنامه بارها مورد تست و آزمایش قرار گرفته و صحت و درستی آن به تأیید همکاران واحد درمان رسیده است.

وی در پایان گفت: از همکارانم جناب آقای مسیح‌حافر و سرکارخانم بیگ زاده که این‌جانب را در انجام این هدف باری و مساعدت نمودند کمال تشکر را دارم.

ردیف	شرح خدمات	نوع خدمات	نوع خدمات
۱	خدمات درمانی	خدمات درمانی	خدمات درمانی
۲	خدمات دندانپزشکی	خدمات دندانپزشکی	خدمات دندانپزشکی
۳	خدمات جراحی	خدمات جراحی	خدمات جراحی
۴	خدمات تخصصی	خدمات تخصصی	خدمات تخصصی
۵	خدمات تشخیصی	خدمات تشخیصی	خدمات تشخیصی
۶	خدمات توانبخشی	خدمات توانبخشی	خدمات توانبخشی
۷	خدمات مراقبتی	خدمات مراقبتی	خدمات مراقبتی
۸	خدمات توانبخشی	خدمات توانبخشی	خدمات توانبخشی
۹	خدمات توانبخشی	خدمات توانبخشی	خدمات توانبخشی
۱۰	خدمات توانبخشی	خدمات توانبخشی	خدمات توانبخشی

نشریه داخلی
شرکت بیمه پارسیان



شماره ۸ و ۹
خرداد و تیرماه ۱۳۹۲