



شماره بیست و سوم / آبان و آذر ۱۳۹۵ ● روابط عمومی



نشریه داخلی بیمه پارسیان



بیمه پارسیان در
نمایشگاه بین‌المللی
بورس، بانک و
بیمه کیش

صفحه ۳



بیمه پارسیان در
میان ۱۰ شرکت برتر
بورسی

صفحه ۲



ششمین سالروز
عرضه سهام
بیمه پارسیان در
بورس تهران

صفحه ۲

تصویب افزایش سرمایه بیمه پارسیان به ۴۰۰ میلیارد تومان



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان مجمع عمومی فوق العاده این شرکت برگزار و افزایش سرمایه صد در صدی این شرکت به تصویب سهامداران رسید.

شرکت بیمه پارسیان که بعنوان یکی از توانمندترین شرکت های صنعت بیمه کشور مطرح است در سال های اخیر بر اساس گزارش های بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران همواره روند رو به رشدی را طی کرده و در شاخص های مختلف جزو صدر نشین های این صنعت به شمار می رود که این موارد باعث شد تا افزایش سرمایه صد در صدی در دستور کار هیأت مدیره قرار گیرد و با توجه به پیگیری های انجام شده مجوزهای لازم از بیمه مرکزی و سازمان بورس اخذ و افزایش سرمایه این شرکت از ۲۰۰۰ میلیارد ریال به ۴۰۰۰ میلیارد ریال در مجمع عمومی فوق العاده روز دوشنبه پانزدهم آذر ماه سال جاری به تصویب سهامداران رسید.



گرامیداشت ششمین سالروز عرضه سهام بیمه پارسیان در بورس تهران



بازگشایی معاملاتی روز یکشنبه مورخ ۲۳ آبان ماه بورس تهران، در قالب مراسمی نمادین و با حضور مدیران ارشد شرکت بیمه پارسیان برگزار شد و زنگ آغاز معاملات به صدا درآمد.

به گزارش روابط عمومی بورس تهران، در مراسمی نمادین ششمین سالروز عرضه سهام بیمه پارسیان در بورس اوراق بهادار تهران، اعلام آغاز معاملات به آقای هادی اویار حسین مدیرعامل محترم این شرکت سپرده شد تا با نواختن زنگ معاملات، دادوستد سهام در بورس اوراق بهادار تهران آغاز شود. گفتنی است صنعت بیمه با در اختیار داشتن بیش از ۲۲۰۰۰ میلیارد ریال از ارزش بازار بورس تهران از بین ۳۷ صنعت فعال در بورس تهران، رتبه بیستم را در اختیار دارد.

همچنین بیمه پارسیان با سرمایه ۴۰۰۰ میلیارد ریال و ارزش بازار ۵۸۷۴ میلیارد ریالی، بزرگترین شرکت بیمه به لحاظ ارزش بازار در صنعت بیمه می باشد. یادآوری می شود شرکت بیمه پارسیان در تاریخ ۱۳۸۲/۰۱/۰۹، با سرمایه ۱۶۰ میلیارد ریال، در اداره ثبت شرکت ها به ثبت رسید. سپس در تاریخ ۱۳۸۹/۰۸/۲۳ سهام آن برای اولین بار در بورس اوراق بهادار تهران عرضه شد. در حال حاضر شرکت های گروه مالی بانک پارسیان، سرمایه گذاری تدبیر، گسترش سرمایه گذاری ایران خودرو، سرمایه گذاری پارسیان، بانک سرمایه و بانک سینا سهامداران عمده این شرکت

به شمار می آیند. لازم به ذکر است: این مراسم نمادین که در بورس های مطرح دنیا نیز مرسوم است، در روزها و مناسبت های خاص به ناشران و اعضای بورس اجازه می دهد تا در بازگشایی بازار مشارکت داشته باشند.

بورس اوراق بهادار تهران نیز با هدف تعامل بیشتر با ناشران پذیرفته شده و یادآوری ارتباط و تعامل ناشر با بازار سرمایه اقدام به برگزاری این مراسم کرده است. شایان ذکر است در حال حاضر بر اساس تقویمی که تهیه شده است در سال ۱۳۹۵ این مراسم توسط مدیران شرکت های بزرگ بورسی انجام خواهد شد.



بیمه پارسیان در میان ۱۰ شرکت برتر بورسی

اساس این گزارش در بازار اول بورس شرکت های تجارت الکترونیک پارسیان، صنعتی بهشهر، گروه سرمایه گذاری مسکن، داروسازی امین، صنایع سیمان کرمان، خدمات انفورماتیک، نیرو ترانس، سرمایه گذاری صندوق بازنشستگی، بیمه پارسیان و تراکتورسازی ایران ۱۰ شرکت برتر از لحاظ به موقع بودن اطلاعات و قابلیت اتکا بودند.

رتبه بندی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، براساس امتیاز کسب شده از نظر کیفیت افشا و اطلاع رسانی مناسب برای دوره ۱۲ ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۹۵ به همراه اطلاعات مقایسه ای دوره دوازده ماهه منتهی به ۳۱ خرداد ۹۵ اعلام شد. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بازارهای مالی (ایستاتیز)، بر

حضور فعال بیمه پارسیان در نمایشگاه بین المللی بورس، بانک و بیمه کیش



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در سومین نمایشگاه بین المللی بورس، بانک، بیمه و خصوصی سازی و هفتمین نمایشگاه فرصت های سرمایه گذاری کشور که طی روزهای ۱۰ تا ۱۳ آبان در جزیره کیش برگزار شد، شرکت بیمه پارسیان همچون سالهای گذشته حضور فعال داشت.

سومین نمایشگاه بین المللی بورس، بانک، بیمه و خصوصی سازی و هفتمین نمایشگاه فرصت های سرمایه گذاری کشور عصر دوشنبه ۱۰ آبان ۹۵ در نمایشگاه بین المللی کیش آغاز به کار کرد و بیمه پارسیان به عنوان یکی از بزرگترین شرکت های بیمه خصوصی کشور در این نمایشگاه (غرفه شماره B30) به ارائه آخرین دستاوردهای این شرکت و پاسخگویی به بازدید کنندگان پرداخت.



بیمه پارسیان در آینه جراید و خبرگزاری ها



بیمه پارسیان در میان ۱۰ شرکت بورسی



بیمه پارسیان ۴۰۰ میلیارد تومانی شد



تصویب افزایش سرمایه بیمه پارسیان به ۴۰۰ میلیارد تومان



تصویب افزایش سرمایه بیمه پارسیان



در پاسخگویی به شکایت مردمی، بیمه پارسیان پاسخگوترین شرکت بیمه ای



۱۵ آذر ماه، بیمه پارسیان به مجمع می رود



بیمه پارسیان به مجمع می نشیند



افتتاح شعبه شمیران بیمه پارسیان



تسهیلات ویژه بیمه پارسیان در بیمه بدنه خودرو به مناسبت هفته دولت



بیمه پارسیان بزرگترین شرکت بیمه خصوصی و بورسی



برگزاری دوره آموزشی بیمه های مهندسی توسط کارشناسان شرکت مونیخ ری آلمان در بیمه پارسیان



کارشناسان شرکت مونیخ ری پارسیانی ها را آموزش دادند

مصاحبه با مدیر بیمه های مهندسی

بخش امکانات سخت افزاری و نرم افزاری و منابع انسانی را مورد بررسی قرار دهیم. بحمدالله در کشور ما، افراد تحصیل کرده در حوزه بیمه علی الخصوص جوانان پرانگیزه و تلاشگر و طالب علم کم نیستند و تجربیات حضور در داخل و خارج کشور اینجانب در مجامع علمی و کاربردی، همواره نشان داده است که مراجع معتبر بین المللی بیمه مهندسی در خصوص کارشناسان بیمه های مهندسی کشور، نظر مساعد و اذعان به حرفه ای بودن آنها دارند و این امر در خصوص کارشناسان همکار اینجانب که چندی پیش کارگاه آموزشی بیمه های مهندسی برگزار شده توسط برترین شرکت بیمه ای جهان در حوزه بیمه های مهندسی، Munich Re را تجربه کردند کاملاً نمایان گردید.

آنچه که فاصله بیمه های مهندسی در کشور ما با استانداردهای روز جهان را باعث شده است ضعف امکانات نرم افزاری اعم از وجود نرم افزارهای مرتبط، قطع بودن دسترسی به پرتال های تخصصی این رشته بواسطه تحریم های ظالمانه و کمبود آموزش های تخصصی و بطور کلی عدم ارتباط مناسب و بایسته می باشد. در این میان، قوانین دست و پا گیر بجا مانده از قبل از سوی نهادهای نظارتی محدودیت در خلاقیت و نیز موجب می شود در فاصله بوجود آمده موثر باشد. پرواضح خواهد بود که توجه کافی به عوامل بالا، نزدیک شدن به دانش روز بین المللی را به دنبال خواهد داشت. درخاتمه، بر خود لازم میدانم از اعتماد مدیریت محترم عامل به اینجانب و تیم تحت سرپرستی خود تشکر و قدردانی نمایم. بدیهی است که امر راهبرد بهینه مدیریت بیمه های مهندسی در شرکت بیمه پارسیان بدون حمایت و پشتیبانی مدیریت های متابع انسانی و پشتیبانی و سایر مدیریت های مرتبط میسر و ممکن نبوده و در همین جا مراتب تشکر و قدردانی خود از ایشان را نیز اعلام می دارم.

همکاران سخت کوش و تلاشگر و کم توقع و با دانش و اخلاق مدار خود در مدیریت بیمه های مهندسی را همواره قدردان بوده و به آنها خسته نباشید عرض می نمایم و امیدوارم مدیری شایسته برای شرکت بیمه پارسیان، همکاران خود و شبکه فروش باشیم. ■

در حوزه بیمه های مهندسی بطور کلی ۲ نوع بیمه نامه صادر می گردد:

۱- بیمه نامه های مرتبط با دوران ساخت و یا نصب یک پروژه ۲- بیمه نامه های مرتبط با دوران بهره برداری
بیمه نامه های گروه اول، خسارت وارده به پروژه های در حال ساخت یا در حال نصب که در اثر خطرات طبیعی و خطرات با منشأ انسانی، بوقوع می پیوندند را تحت پوشش قرار می دهد. لذا این بیمه نامه ها بصورت تمام خطر می باشند. بطور مثال ممکن است در جریان اجرای یک قطعه راه، سیل به وقوع پیوسته و خساراتی را متوجه پروژه نماید و یا در جریان نصب تاسیسات یک واحد صنعتی، عوامل انسانی موجب وارد آمدن خسارت به تجهیزات مورد نصب گردند. بیمه نامه های تمام خطر پیمانکاران (برای پروژه های در حال ساخت) و بیمه نامه تمام خطر نصب (برای پروژه های در حال نصب) در این گروه جا می گیرند.
بیمه نامه های گروه دوم، خسارت وارده به سازه های بزرگ در حال بهره برداری، ماشین آلات ساختمانی و راه سازی در حال کار، ماشین آلات تولیدی و صنعتی، دستگاه های در حال کار و ساختمان های در حال بهره برداری را تحت پوشش قرار می دهد. بیمه نامه های سازه های مهندسی تکمیل شده، ماشین آلات و تجهیزات پیمانکاری، شکست ماشین آلات، تجهیزات الکترونیک، تمام خطر اموال و جامع پروژه در این گروه جا می گیرد.

● **فرآیند مدیریت ریسک در بیمه های مهندسی چگونه است و تا چه حد در کاهش ریسک یک بیمه نامه موثر است؟**
فکر می کنم منظور شما از مدیریت ریسک در این پرسش، به بعد از صدور بیمه نامه برمی گردد. زیرا مدیریت ریسک یا Risk Management به طور کلی شامل ۳ مرحله اساسی است که در مرحله سوم یا انتهایی آن، فرآیند انتقال ریسک مطرح می شود که در این مرحله ممکن است انتقال ریسک به بیمه گر مطرح و انتخاب شود. اما اگر منظور از مدیریت ریسک در این پرسش، چگونگی کنترل ریسک های بعد از صدور بیمه نامه باشد، باید گفت بازدیدهای ادواری منظم همراه با تیم کارشناسی زبده و ارائه توصیه های بیمه گری، می تواند تا حد قابل توجهی از احتمال بروز حادثه بکاهد.

● **بیمه های مهندسی در کشور ما با استانداردهای روز دنیا چقدر فاصله دارد و چه راهکارهایی برای نزدیک شدن به دانش روز بین المللی پیشنهاد می فرمایید؟**
برای پاسخ به این پرسش باید گفت لازم است ۲



● لطفا خودتان را معرفی کنید و از چه زمانی با بیمه پارسیان همکاری خود را شروع کردید؟

سید فرخ مطهر هستم که از سال ۱۳۷۶ وارد صنعت بیمه شده ام و از سال ۱۳۹۱ بعنوان معاون مدیر بیمه های مهندسی وارد شرکت بیمه پارسیان شده و در حال حاضر مدیر بیمه های مهندسی می باشم. رشته تحصیلی کارشناسی اینجانب مهندسی عمران بوده و هم اکنون دانشجوی کارشناسی ارشد رشته حقوق بین الملل هستم.

● تعریف شما از بیمه های مهندسی چیست و وظایف کارشناسان در حوزه بیمه های مهندسی به چند دسته تقسیم می شود لطفاً این وظایف را تشریح کنید.

بیمه مهندسی یکی از شاخه های بیمه اموال در صنعت بیمه بوده و خود شامل رشته های متنوع و جذابی می باشد. همانطور که از نام آن پیداست، ارتباط علوم فنی و علوم بیمه ای در تک تک رشته های این شاخه، بر جذابیت بیشتر آن افزوده است.

هر کدام از رشته های بیمه های مهندسی نیاز دست اندرکاران پروژه های عمرانی و زیر بنایی و صاحبان صنایع را برآورده می سازد. کارشناسان این حوزه به ۲ بخش: کارشناسان بخش صدور و نظارت بیمه های مهندسی و کارشناسان بخش خسارت بیمه های مهندسی تقسیم بندی می گردند که اخیراً اینجانب در حوزه مدیریت خود بنا به نیازهای بازار فعلی، بخش توسعه و پشتیبانی بیمه های مهندسی را نیز به آن افزوده ام. کار ارزیابی ریسک و استخراج نرخ و شرایط و نظارت بر روند صحیح صدور بیمه نامه مهندسی بر عهده همکاران بخش اول، رسیدگی به خسارت وارده در هر یک از رشته های بیمه های مهندسی بر عهده همکاران بخش دوم و طراحی برنامه های آموزشی، محصولات جدید بیمه ای، رسیدگی به نیاز های بیمه گذاران و نمایندگان در حوزه بیمه های مهندسی و شماری از وظایف دیگر، برعهده همکاران بخش سوم می باشد.

● چند نوع بیمه نامه در حوزه بیمه های مهندسی صادر می شود؟

مصاحبه با ریسی شعبه آبادان



● **لطفاً خودتان را معرفی نمایید و از سوابق خود بفرمایید.**

اینجناب محمد صادق چکامه گوی مطلق دارای تحصیلات کارشناسی ارشد مدیریت بیمه، دارای سابقه فعالیت بیمه‌ای به عنوان مدیر شعبه استان فارس و رئیس اداره امور نمایندگان در یکی از شرکت‌های بیمه‌ای بوده و از سال ۱۳۹۴ افتخار همکاری با شرکت بزرگ بیمه پارسیان با تصدی سرپرست شعبه آبادان را دارم.

● **لطفاً در خصوص فعالیت شعبه آبادان توضیحات بیشتری ارائه فرمایید و شما چه چشم اندازی را در توسعه خدمات بیمه‌ای در این مجتمع پیش رو دارید؟**

شرکت بیمه پارسیان فعالیت خود را در اسفندماه ۱۳۹۴ به صورت رسمی و با توجه به نیاز مبرم و همچنین موقعیت مهم و استراتژیک منطقه آزاد اروند آغاز نمود و با عنایت پروردگار و همچنین نظر مساعد مدیران محترم ستادی توانسته است در ظرف مدت کمتر از مدت ۴ ماه کلیه خدمات، از جمله صدور و پرداخت خسارت در کوتاه‌ترین زمان ممکن (به جز پرونده‌های جرح) ارائه نماید که این نشان از کارایی و اثر بخشی پرسنل جوان و متعهد این شعبه می‌باشد.

● **موفقیت‌ها و ویژگی‌های خاص بیمه پارسیان از نظر شما کدام‌اند؟**

امروزه با مطالعه سازمان‌های موفق به دو نتیجه می‌توان دست یافت: ۱- درون‌سازمانی: که شامل رهبری خوب و دقیق و کاریمایی مدیریت محترم عامل از طریق تعامل خوب و موثر با مدیران میانی و ارائه طریق و دستورات لازم به مدیران اجرایی

می‌باشد این شعبه با افزایش ۲۲۴٪ رشد در شش ماهه نخست سال که خود گواه بر رونق اقتصادی این منطقه می‌باشد مواجه گردیده است، اما لازم به ذکر است که متأسفانه دفاتر مرکزی اکثر شرکت‌های مستقر در این منطقه یا در تهران می‌باشند یا در مرکز استان که در اکثر اوقات ایجاد یک سد در این ریزنی‌ها می‌نماید.

● **ارتباط شما با شبکه فروش چگونه است و برای داشتن یک شبکه فروش توانا چه کارهایی باید انجام داد؟**

قطعا زمانی که نام یک شرکت و برند تجاری مانند شرکت بیمه پارسیان شاخص می‌گردد، نمی‌توان از تعامل با شبکه فروش خوب و تلاشگر به راحتی اجتناب نمود، چرا که شاهرگ حیاتی شرکت و شعبه می‌باشند. لذا با توجه به این مهم، موفقیت هر شعبه‌ای جهت افزایش ضریب نفوذ در بازار و جمع‌آوری پورتنفوی مناسب و انتظاری می‌بایست با تعامل خوب، هدایت و راهبری، مشاوره، این شبکه را در چارچوب و مقررات شرکت با توجه به خط مشی‌های تعریف شده هدایت نمود لذا این شعبه هم از این قاعده مستثنی نبوده و همواره سعی در ایجاد ارتباط خوب و ارائه سریع نرخ دهی، مشاوره و همچنین نیاز سنجی آنان از طریق برگزاری جلسات ماهانه نموده است.

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

ضمن تشکر از ماهنامه چتر، جا دارد از حسن نیت جناب آقای اویار حسین عضو هیئت مدیره و مدیریت محترم عامل که دید ژرف و اعتماد خوبی را بر جوانان دارند و همچنین از جناب آقای اشرفی مدیریت محترم امور شعب که انصافاً همواره حامی شعب می‌باشند و همچنین کلیه مدیران ستادی و همکاران و نمایندگان محترم که با تلاش خود باعث سرفرازی نام پارسیان گردیده‌اند صمیمانه تشکر و قدردانی نمایم. ■

و نهایتاً پرسنل می‌باشد که کاملاً در شرکت بیمه پارسیان مشهود می‌باشد و از همه مهمتر اعتماد و اعتقاد مدیران به جوانان متعهد و مجرب که انصافاً نقش خودشان را به خوبی در این موفقیت به عرصه نمایش گذاشته‌اند.

۲- برون‌سازمانی: که شامل فراوانی محصولات و فروش از طریق شبکه‌های قوی و کارآمد و همچنین ارائه خدمات مناسب و سریع و دقیق پس از فروش با شعار تکریم مشتریان، می‌باشد که الحمدلله شرکت بیمه پارسیان به جد در این راه موفقیت بسیار مناسبی را نسبت به شرکت‌های بیمه‌ای دیگر کسب نموده است.

● **باتوجه به قابلیت‌های استان، چه برنامه‌هایی برای جذب پورتنفوی و افزایش سهم بازار شرکت بیمه پارسیان دارید؟**

استان خوزستان با توجه به قابلیت‌های فوق‌العاده‌ای که در مثلث صنعت و معدن و کشاورزی دارد و با توجه به وجود سه منطقه ویژه و اقتصادی (بندر ماهشهر و بندر امام خمینی و منطقه آزاد اروند) از مهمترین استان‌های کشور بشمار می‌رود که با توجه به این موضوع دارای بازار بسیار بزرگ و بکر می‌باشد، لذا جهت پرکردن این خلاء، بالاخص در دوران پسابرجام و خوش‌فکری و سیاست مدیران محترم ستادی نسبت به افتتاح شعبه آبادان که در مرکزیت منطقه آزاد اروند قرار گرفته است، این شعبه شروع به ریزنی‌های فراوان و تشکیل جلسات متعدد در این زمینه نموده است که همانطور که از آمار ارائه شده از مرکز مشخص



انتصابات

طی احکامی از سوی آقای اویار حسین، عضو محترم هیئت مدیره و مدیر عامل:

خانم فائزه عین‌آبادی با حفظ سمت سرپرست معاونت مجتمع بیمه‌ای همدان، خانم سمیه سلیمانی به سمت معاون مدیر بیمه‌های باربری، آقای سعید هرسج ثانی به سمت رییس مجتمع بیمه‌ای غرب، آقای حسن زیادخانی با حفظ سمت به سرپرستی مجتمع بیمه‌ای مرکز، آقای افشین نوری به سمت سرپرست مدیریت روابط عمومی، آقای رشید غزال به سمت سرپرست مدیریت بیمه‌های خودرو و آقای علی صیغف زاده به سمت معاون مدیر بیمه‌های خودرو منصوب شدند.

تسلیت

متأسفانه با خبر شدیم همکارانمان آقای آشاسه و آقای زنده دل سیوکی در غم از دست دادن عزیزانشان به سوگ نشسته‌اند.

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



مصاحبه با نمایندگان فعال



را دارم و عوامل ستادی هم به خوبی همکاری می کنند.

● **برای حفظ مشتریان خود از چه ابزارهایی تشویقی باید استفاده کرد؟**
برای حفظ مشتریان، ادب و رفتار دوستانه، شایستگی و توانایی در توضیح مطالب، قابل اعتماد و محرم اسرار مشتری بودن، در دسترس بودن برای پاسخگویی به سوالات بیمه گذاران، پیگیری در زمان داشتن خسارت، ادب کارکنان نسبت به مشتریان، دانش کافی کارکنان برای پاسخگویی به سوالات مشتریان.

● **در پایان اگر پیشنهادی برای شرکت یا حرفی برای خوانندگان نشریه چتر دارید بفرمایید.**

در پایان امر همراهی کلیه کارکنان واحد های صدور و خسارت مجتمع بیمه ای پارسیان شیراز علی الخصوص مدیر محترم آن مجتمع آقای فقیه که هرگونه همکاری و مساعدت با نمایندگان داشته، تشکر و قدر دانی می نمایم و به نمایندگان محترم توصیه می کنم برای تحقق برنامه هایشان با توکل به خداوند قادر و توانا همه سعی و تلاششان را بکار گیرند و مطمئن باشند موفق و پیروز خواهند شد.

اولین قدم داشتن آموزش کافی و اطلاعات به روز در رابطه با بیمه های عمر است. انتقال اطلاعات صحیح و درست به مشتری، اعتقاد و اعتماد شخص نماینده به بیمه های عمر و شناخت نیاز مشتری.

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

یکی از مشکلات اساسی عدم شناخت جامعه از مزایای پوشش های بیمه ای است که بایستی از آموزش و پرورش شروع کرده و صدا و سیما نیز در محتوای سریال های رادیویی و تلویزیونی مزایای بیمه را بگنجاند تا در دراز مدت مردم در جامعه با فرهنگ بیمه بیشتر آشنا شوند.

● **در مورد تعامل نمایندگان با یکدیگر و همچنین واحد های صدور چه نظری دارید و آیا از نحوه ارتباط مدیران ستادی بیمه پارسیان با نمایندگان رضایت دارید؟**
شبکه فروش که نمایندگان هستند بایستی با یکدیگر تعامل داشته و باهم تبادل اطلاعات کنند. مطمئن باشند هر چه اطلاعات نمایندگان بیشتر باشد مردم بیشتر به عظمت و بزرگی شرکت بیمه پارسیان پی خواهند برد که در دراز مدت به نفع همه نمایندگان خواهد بود. از واحد های صدور مجتمع شیراز رضایت کامل

● **لطفا برای خوانندگان نشریه چتر خودتان را معرفی کنید و بفرمایید از چه زمانی همکاری خود را با بیمه پارسیان آغاز نموده اید؟**

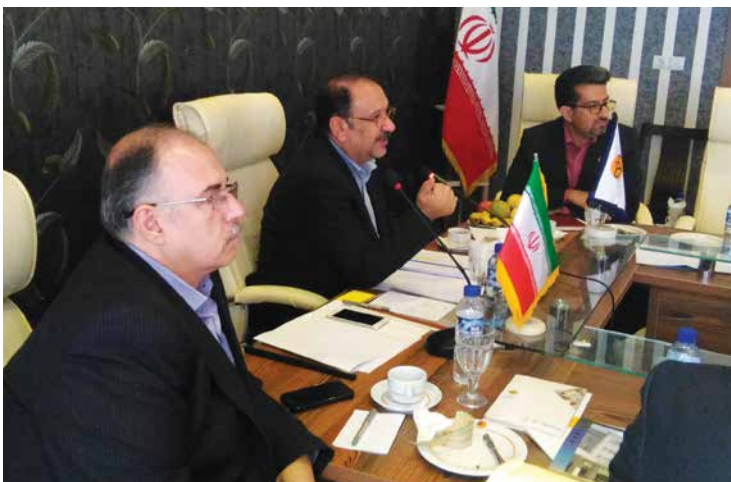
ناصر رضوانیان هستم افتخار همکاری با شرکت بیمه پارسیان را از سال ۱۳۸۶ دارم و از سال ۱۳۸۷ به عنوان نماینده حقیقی در شهر شیراز فعالیت خود را آغاز کردم.

● **اگر مشتری به شما رجوع کند و از شما پرسد بیمه را برایش تعریف کنید چه میگویید؟**

بیمه یعنی خرید محصول امروز جهت رسیدن به آرامش فردا. از ویژگی های بیمه، کاهش ترس و نگرانی و تامین اطمینان و آرامش و جبران ضرر و زیان مالی و روحی بیمه گذار است.

● **جهت فروش بهتر بیمه های عمر چه توصیه ای برای سایر نمایندگان دارید؟**

با حضور عضو هیات مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان: گردهمایی سراسری بیمه گذاران و نمایندگان مجتمع سمنان برگزار شد



گردهمایی سراسری بیمه گذاران و نمایندگان مجتمع سمنان با حضور عضو هیات مدیره و مدیر عامل محترم جناب آقای اویار حسین و هیئت همراه در روز سه شنبه ۱۳۹۵/۰۸/۰۴ در هتل "گوت که مال" سمنان برگزار شد مراسم با تلاوت قرآن و پخش سرود جمهوری اسلامی ایران آغاز و در ابتدا رییس مجتمع آقای محمد اسماعیل قزوینی به مدیرعامل و هیات همراه و حاضرین در جلسه خوش آمد و خیرمقدم گفت سپس آقای اشرفی مدیر محترم امور شعب، نمایندگان و کارگزاران در جلسه با فعالیت های نمایندگان و فعالیت های مجتمع و پرتفوی سمنان توضیحاتی ارائه نمود و در ادامه آقای محسن فتاحی مدیر بیمه های مسئولیت نیز مطالبی در زمینه این بیمه نامه ارائه و آقای سلطانی مدیر خسارت های بدنی خودرو در ارتباط با خسارت های غیرواقعی و ساختگی

صحبت و به باند صحنه سازی که در استان سمنان شهرستان مهدی شهر پرونده های ساختگی و غیرواقعی داشته و مبالغ هنگفتی را از شرکت های بیمه دریافت کرده و دستگیر شدند اشاره نمود و اهمیت نظر و رسیدگی کارشناسی در پرونده های خسارتی را توسط همکاران مورد تاکید قرارداد. سپس آقای اویار حسین ضمن ارائه آمار و عملکرد شرکت در ۷ ماهه سال ۹۵ به توضیح اهمیت مشتری مداری و جلب اعتماد بیمه گذاران و ایجاد انگیزه برای نمایندگان پرداختند و آمار صنعت بیمه در کشور را



مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند و سپس نمایندگان برتر نیز مورد تشویق قرار گرفتند در پایان نشست صمیمی بین کارکنان و نمایندگان با مدیرعامل محترم تشکیل شد و ایشان مشکلات و پیشنهادات نمایندگان را شنیدند و در خصوص رفع آن صحبت هایی انجام و موارد جهت ارجاع به مدیریت های مربوطه اعلام گردید.



دیدار مدیر عامل و هیات همراه با کارکنان شعبه، نمایندگان و بیمه گذاران شاهرود



گردهمایی سراسری بیمه گذاران و نمایندگان شهرستان های شاهرود و میامی و تعدادی از بیمه گذاران محترم با حضور عضو هیات مدیره و مدیر عامل جناب آقای اویار حسین و هیات همراه در روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۵/۰۸/۰۵ در هتل پارامیدا شاهرود برگزار شد. مراسم با تلاوت آیاتی چند از قرآن مجید و پخش سرود جمهوری اسلامی ایران آغاز و سپس سرپرست شعبه شاهرود آقای صالحیان به مدیر عامل و هیات همراه و حاضرین در جلسه خوش آمد و خیر مقدم گفته و اطلاعاتی در خصوص عملکرد شعبه و نمایندگان از زمان افتتاح شعبه تاکنون ارائه نمود. سپس آقای اشرفی مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران در رابطه با شعبه شاهرود و ترکیب پرتفوی نمایندگان شعبه که می بایست بر جذب سایر رشته ها اقدام شود و همچنین در مورد حق بیمه ها صحبت هایی بیان نمود. همچنین ایشان اظهار نمودند کسب رضایتمندی مشتریان و زیاندیدگان بسیار ارزشمند و مورد توجه است.

در ادامه جناب آقای فتحی مدیر بیمه های مسئولیت در رابطه با بیمه های مسئولیت تعاریفی بیان نموده و تفاوتی در رابطه با بیمه تامین اجتماعی ارائه و اظهار نمودند بیمه مسئولیت تکمیل کننده بیمه تامین اجتماعی است. ضمناً بیمه مسئولیت پارسیان در بین سایر شرکت های بیمه ای در جایگاه بسیار مناسبی می باشد. سپس جناب آقای سلطانی مدیر خسارت های بدنی خود را در رابطه با شغل بیمه گری که همچون شغل انبیاست چون جبران خسارت مورد تاکید بزرگان دین بوده است سخنانی ایراد کردند. ایشان اظهار نمودند زمانی که خسارت پرداخت می شود لبخندی مملو از رضایت در چهره زیاندیدگان نمایان می شود. در خصوص برخی بی اخلاقی ها در تصادفات ساختگی نکاتی بیان نمودند و همچنین بر رعایت حقوق زیان دیده و بیمه گر نیز تاکید و در خصوص صندوق تامین خسارت نیز توضیحاتی دادند.

در ادامه جناب آقای اویار حسین ابتدا شاخص های اقتصادی اجتماعی و بیمه ای کشور و همچنین دلایلی که تاکنون آمار رسمی فعالیت بیمه ای ارائه نشده است و در خصوص رتبه جهانی صنعت بیمه مطالبی ارائه نمودند. ایشان همچنین در خصوص حق بیمه سرانه در ایران و جهان، حق بیمه تولیدی در کشورهای منطقه، جایگاه و رتبه ایران در منطقه و چشم انداز منطقه بیاناتی ارائه کرد. ایشان ادامه داد ما در منطقه در رتبه پنجم در زمینه حق بیمه هستیم. همچنین در خصوص حق بیمه تولیدی در قسمت دولتی و غیر دولتی مطالبی ایراد کرد. آقای اویار حسین در ادامه در خصوص شرکت بیمه پارسیان رتبه و جایگاه شرکت در کشور و نیز فعالیت های شرکت مطالبی را بیان نمود. قبل از شروع جلسه نیز مدیر عامل محترم با نمایندگان در خصوص مسائل و مشکلات نمایندگان به بحث و تبادل نظر پرداختند.

ضمناً جلسه صمیمانه ای در ساختمان شعبه شاهرود با حضور جناب آقای اویار حسین عضو هیات مدیره و مدیر عامل محترم و همکاران شعبه در خصوص مسائل بیمه ای و جذب پرتفو برگزار گردید.





برگزاری دوره آموزشی بیمه های مهندسی توسط کارشناسان شرکت مونیخ ری آلمان در بیمه پارسیان



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، با هدف ارتقای سطح دانش و به روزرسانی اطلاعات بیمه ای کارشناسان این شرکت، یک دوره آموزش دوروزه بیمه های مهندسی با تدریس دو نفر از کارشناسان شرکت مونیخ ری آلمان در محل ساختمان مرکزی بیمه پارسیان برگزار گردید.

این دوره آموزشی با هماهنگی های انجام شده توسط مدیریت تحقیقات و برنامه ریزی و اداره آموزش بیمه پارسیان با شرکت بیمه مونیخ ری آلمان در روزهای ۲۴ و ۲۵ آبان ماه در محل سالن کنفرانس ساختمان مرکزی بیمه پارسیان و با حضور جمعی از مدیران و کارشناسان حوزه های فنی و مرتبط با بیمه های مهندسی این شرکت برگزار گردید.

محتوای آموزشی این دوره که کاملاً با اطلاعات روز دنیا و قراردادهای و بیمه نامه های بین المللی انطباق داشت شرایط

و کلوهای بیمه ای BI، MLOP، MB، CAR، EAR، مدیریت ریسک، تحلیل سازه های مهندسی و همچنین کارگاه آموزشی عملی مراحل صدور و یا پرداخت خسارت بیمه های مهندسی می باشد. مدرسان این دوره دو نفر از کارشناسان و مدرسان خبره شرکت "مونیخ ری" آلمان بودند که ضمن تدریس و برگزاری کار

عملی با کارکنان و پس از بازدید از امکانات آموزشی بیمه پارسیان مراتب رضایت خود را از این شرکت اعلام نمودند. در پایان روز دوم این دوره آموزشی گواهینامه حضور در دوره که به تایید شرکت "مونیخ ری" نیز رسیده است به شرکت کنندگان اعطا گردید.

بیمه پارسیان همواره در ارتقای دانش کارکنان خود جزو شرکت های پیشرو در تحولات صنعت بیمه بوده و آموزش و به روز رسانی دانش کارشناسان خود را جزو اولویات های کاری قرار داده است تا بتواند همواره با آخرین دستاوردهای صنعت بیمه خود را انطباق داده و حتی به فکر بازارهای بین المللی در آینده باشد، پس از برداشته شدن تحریم ها و اعلام آمادگی شرکت های بیمه بزرگ دنیا جهت همکاری با صنعت بیمه کشورمان بیمه پارسیان همواره به عنوان یکی از بزرگترین شرکت های بیمه کشور در دسترسی و دستیابی به فعالیت های بین المللی پیشقدم بوده و مذاکرات متعدد و دوره های آموزشی بسیاری برگزار نموده است و این دوره نیز که به اذعان کارشناسان و مدیران بسیار سودمند واقع شد یکی از همین فعالیت های پسابرجام بیمه پارسیان به شمار می رود.



کسب مقام سوم مسابقات کشوری "ساندا" توسط همکار پارسیانی

حضور همکار پارسیانی آقای فرهاد باقری در حرم حضرت امام حسین (ع) و حرم حضرت ابوالفضل (ع) به مناسبت ایام اربعین



در مسابقات ووشو برگزار شده در نوزدهم شهریور ماه سال جاری در شهرستان بهشهر آقای محمد رستمی همکار مجتمع بیمه ای گرگان در رشته ساندا مقام سوم را کسب نمود.

لازم بذکر است که مسابقات برگزار شده بین سه استان گلستان، مازندران و گیلان و ۱۷ شهرستان برگزار و تعداد شرکت کنندگان ۲۷۰ نفر بوده است



و آقای محمد رستمی مقام سوم انفرادی و تیمی را در رشته ووشو کسب نموده است.



پنج ویژگی مدیران موفق چیست؟

■ مدیریت توسعه منابع انسانی



۹

کارمند است که خود او دوست داشته باشد تا به ارزش‌های تیم پایبند باشد.

۴- مدیران موفق به احساسات کارمندان خود بها می‌دهند.

مدیران موفق می‌دانند که در نظر گرفتن «استراحت کافی» و «زمان مفید کاری» نیز بر بازدهی مثبت مجموعه آنها بسیار موثر است و چنین کاری خط تولید و بازدهی مثبت شما را بالا می‌برد. برخی از مدیران بر این باورند که کارمند آنها زمانی که مشغول کار است باید تمام مسائل دیگر خود را کنار بگذارد و صرفاً به کار بپردازد. اینگونه مدیران معمولاً شخصیت خشک و انعطاف‌ناپذیری دارند، اما سوال خوب این است که «آیا خود مدیران هم زمانی که افکار و احساساتشان درگیر است می‌توانند به خوبی کار کنند؟ آیا اصولاً انسان‌ها در صورت داشتن مشغله بزرگ فکری یا روانی می‌توانند بازدهی خوبی داشته باشند؟»

۵- مدیران موفق به کارکنان خود کمک می‌کنند که به اشخاص قوی‌تری تبدیل شوند.

کارکنان شما سرمایه شما هستند. مدیران موفق از سرمایه خود به خوبی حفاظت می‌کنند. رعایت موارد زیر به شما کمک می‌کند تا کارکنان شما به شخصیت‌های قوی‌تری تبدیل شوند و مجموعه شما به بازدهی مثبت بیشتری دست یابد. ایجاد امنیت فکری برای کارکنان؛ اگر ترس را به کارمندان خود انتقال دهید عزت نفس آنها کاهش یافته و ترس را به مجموعه و نتیجه کار سازمان شما انتقال می‌دهند. یک سازمان برای اینکه موفق باشد نیاز شدیدی به افزایش هوش هیجانی و عزت نفس در کارکنان خود دارد اما کار کردن در محیط ترس و تحقیر، عزت نفس آنها را کاهش داده و بازدهی مثبت سازمان را نیز کاهش می‌دهد.

احترام به کارکنان؛ مدیران موفق به شان و منزلت کارمندان خود احترام می‌گذارند، به حرف و خواسته آنها گوش می‌دهند، از آنها نظر خواهی می‌کنند و آنها را درگیر کارهای سازمان می‌کنند، به گونه‌ای که شغل آنها تبدیل به یک بازی و تعهد شیرین برایشان می‌شود.

دادن بازخورد مناسب به کارکنان؛ مدیران موفق به نقاط قوت و مثبت کارکنان خود توجه و آنها را تشویق می‌کنند. شیوه تربیت مثبت به ما چنین آموزش می‌دهد که «در روابط خود، نقاط قوت دیگران را تشویق کرده و به جنبه‌های مثبت بیشتر از جنبه‌های منفی بهادهمیم تا نقاط مثبت پرورش و بسط بیشتری پیدا کنند.» چنین امری در روابط مدیر با کارکنان نیز صادق است.

مدیریت هم یک علم و هم یک هنر است که مهارت‌های جزئی اما مهم و موثر زیادی دارد. گاهی برخی از افراد مدیران خوبی هستند، اما چه چیزهایی باعث می‌شود که برخی موفق‌تر از دیگران باشند؟ یکی از مواردی که یک مدیر را از دیگر مدیران متمایز و موفق‌تر می‌کند بالا بودن هوش هیجانی است. طبق تحقیقات انجام شده زمانی که افراد به سمت‌های بالایی دست می‌یابند امکان تقویت هوش هیجانی در آنها به دلیل کاهش تنوع ارتباطات و چالش‌های ارتباطی کمتر می‌شود در نتیجه، بسیاری از مدیران با افت هوش هیجانی مواجه شده و در روابط خود به مشکل بر می‌خورند. در این تحقیق سعی داریم به برخی از مهارت‌های جزئی، اما مهم در رابطه با هوش هیجانی مدیران بپردازیم و امید داریم که مفید واقع شود:

۱- مدیران موفق جنگ قدرت راه نمی‌اندازند.

برخی از افراد زمانی که به قدرت می‌رسند قدرت را وسیله‌ای برای رسیدن به خواسته‌ها، کمبودها، عقده‌های شخصی و سرکوب دیگران می‌بینند. مدیران موفق مسائل شخصی خود را در جایگاه خود حل کرده و آنها را وارد چارچوب کاری نمی‌کنند. آنها از قدرت خود برای «رهبری جمع و پیشرفت و توسعه جمعی» استفاده می‌کنند، به همین دلیل تنش و برخورد کمتری با کارمندان خود پیدا می‌کنند.

۲- مدیران موفق قاطع هستند و اصول خود را زیر پا نمی‌گذارند.

قاطعیت یکی از مهم‌ترین موارد مدیریت موفق در هر زمینه‌ای است. قاطعیت با عزت نفس و عزت کلام همگام است. اگر اصولی دارید آن را زیر پا نگذارید، اگر حرفی می‌زنید یا قولی می‌دهید، به حرف و قول خود پایبند بمانید. اصول کاری خود را مشخص کرده و به آنها متعهد بمانید. قاطعیت و تعهد شما احترام بیشتری را برایتان به وجود می‌آورد، اما همواره به یاد داشته باشید که موارد بحرانی و انسانی‌ای هم وجود دارد که بر اصول ارجحیت دارد.

۳- مدیران موفق برای سازمان خود ارزش‌های روشنی را تعریف می‌کنند.

اینکه شما به‌عنوان یک مدیر چه ارزش‌هایی را برای سازمان خود تعریف می‌کنید و چطور سعی می‌کنید تا حس تعهد به ارزش‌ها را در کارمندانتان تقویت کنید از نکات کلیدی خلق یک تیم منسجم و متعهد است. هیچ کارمندی دوست ندارد با امر و نهی بیش از حد و با سوء استفاده از قدرت مواجه شود و آنچه به شما در این زمینه کمک می‌کند ایجاد چنان تعهدی در

پیشنهاداتی نوین جهت بازاریابی و فروش خدمات بیمه‌ای

گرد آورنده: احسان ناییبی
کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی / گرایش بازاریابی



فرمول نوین موفقیت در پیام بازاریابی:

(الف) وقفه:

پیام شما باید به ناگاه توجه مخاطب را به خود جلب کند و برای این کار باید با مخاطب کاملاً آشنا باشید تا بتوان سریع راه ورود و با پرو بال دادن به محصول خود در گیرنده وقفه ای کوتاه به وجود بیاورد.

(ب) جذب:

به مخاطب قول هایی را بدهید که با خواندن کامل متن بدست خواهد آورد که محصول بدون مشکل و با کارایی بسیار زیاد و حتی برتر از برندهای مشابه را به ایشان عرضه می کنید. اعتمادش را به خود جلب نمایید.

(ج) دادن اطلاعات:

مخاطب برای تصمیم گیری نهایی نیاز به اطلاعات کافی دارد این اطلاعات را در اختیار او قرار دهید؟ اگر اطلاعات واقعی و بدون عیب و نقص و با کالای شما برابری نماید مطمئن باشید که مخاطب مشتری همیشگی شما می باشد اما اگر اطلاعات غیر واقعی باشد مخاطبتان مدت کوتاهی همراه شرکت شما می باشد و این مخرب ترین روش برای تخریب خود شما و شرکت در بازار می باشد.

(د) پیشنهاد:

به مشتری پیشنهادی بدهید که بدون ریسک بتواند به گام بعدی خرید برود.

در بازاریابی هیچ وقت از روش های شرکت های دیگر استفاده ننماییم چون قبلاً این روش استفاده شده است و همین مساله باعث شکست بازاریاب یا نا امید شدن آن خواهد شد، این روش بازاریابی را بازاریابان تازه کار و کم تجربه همیشه انجام خواهند داد و به این فکرند که می توانند با انجام این کار موفقیت یک شبه را بدست آورد.

اولین پیشنهادی که به بازاریاب می شود داد این است که قبل از هر چیز اقدام به تحقیقات و جمع آوری اطلاعات نماید.

بازاریاب باید روش های بازاریابی شرکت های رقیب را بررسی، تحلیل و کنترل نماید که در این صورت خود به نتیجه رضایت بخشی دست پیدا خواهد کرد و می تواند به راحتی با روش های بازاریابی شرکت های رقیب آشنا و ترکیبی از چنین نوع بازاریابی پیدا کند بعنوان مثال خود من در نشریات، روزنامه ها، کتاب اول، بیلبرد، ایمیل، بروشور، وب سایت، کارت ویزیت، کاتالوگ و... جمع بندی و چندین تبلیغ را با هم تلفیق داده و پیام یا آگهی جدیدی را برای حرفه خودم انتخاب نموده و به جرات می توانم بگویم

اکنون در دهه ای که ما زندگی می کنیم همه شرکت ها از لحاظ تبلیغات و بازاریابی و هزینه نمودن بسیار زیاد در صف اول قرار گرفته اند که این مهم باعث ضربه زدن به شرکت های نوپا و جدید الورد شده است هرگز در طول تاریخ، رسیدن شمار زیادی از مردم به اهدافشان امکان پذیر نبوده است و فرد یا سازمانی در صورتی می تواند به هدفش برسد که ماه ها و شاید سال ها تلاش و سعی کند وظیفه یک بازاریاب این است به بهترین نحوه کمک کند تا بار زیاد فشار بر شرکت یا سازمان کم شود.

در کشور ما همه می خواهند تا حد امکان سریع تر و آسان تر به راحتی، شادی، ثروت، پیشرفت و اعتبار برسند. اما تجربه ثابت نموده که رو راست بودن با مشتری باعث ماندگاری در بازار و اقتصاد کشور می شود و این بهترین راه کار و سرلوحه کار یک بازاریاب موفق در جامعه اقتصادی می باشد.

امروزه پیام اصلی برای هر سازمان خدماتی، اقتصادی و تجاری تلاش و کوشش برای دگرگونی در کلیه زمینه های کاری اعم از ارائه کالا و خدمات روش های جمع آوری و توزیع سیستم حمل و نقل و بالا بردن سطح احترام به مشتریان یا مشتری مداری است و نهایتاً بازاریابی اساس حرکت هر سازمان خدماتی، اقتصادی و تجاری می باشد.

فرد و جامعه به منظور رفع نیازمندی های خود هر روزه در مقابل داد و ستد و مبادله کالاها و خدمات قرار می گیرد به سبب این فعل و افعالات رشته های بازاریاب در میان پدیده های اقتصادی از اهمیت خاصی برخوردار شده است. زیرا اجزاء متشکل آن همبستگی نزدیکی با زندگی روزمره افراد دارد چون به هر طریق شخص مایحتاج زندگی خود را از بازار خریداری می نماید و خود فروشنده یا عرضه کننده خدمتی است و بازار و عوامل آن همواره در تماس دائم می باشد.

به دلیل چنین همبستگی و ارتباطی شناخت مسائل و مفاهیم بازاریابی و مدیریت صحیح آن در این بازار پر تلاطم و رقابتی مورد توجه تمامی عرضه کنندگان قرار گرفته است. پس بازاریابی رساندن پیام مناسب از طریق رسانه مناسب به مخاطب مناسب می باشد مهمترین کار بازاریابی تهیه پیام مناسب برای انتشار است و برای موفقیت در این امر مهم باید برای تهیه پیام گیرا و مناسب نهایت دقت را داشت.

هدف اصلی بازاریاب جلب توجه علاقه مندان و آسان کردن و فرایند جمع آوری اطلاعات برای مشتریان و کم کردن ریسک خرید می باشد که در این صورت باعث افزایش سریع فروش و برند سازی و معروفیت بیشتری می شود.

اینترنت ابزاری آسان و جدید برای بازاریابی و معرفی کالاها و خدمات خود می باشد که امکانات بی نظیری می تواند در اختیار شما قرار دهد. تبلیغات اینترنتی نوع جدیدی از تبلیغات است که بسیاری از صاحبان کسب و کار به اهمیت آن پی برده اند. اینترنت برای مشتریان کتابخانه منظم و جامعی می باشد که هر گونه اطلاعاتی را در آن می توان پیدا نمود. بطور کلی دو راه برای تبلیغ در اینترنت دارید.

خودتان یک وب سایت داشته باشید. وب سایت هر روز ارزاتر می شود.

در سایت های پر بیننده در زمینه کاری شما تبلیغ کنید و از بازدید کنندگان بخواهید برای دریافت اطلاعات بیشتر با شما تماس تلفنی بگیرند. فقط باید مشتری در حال جستجو به راحتی شما را پیدا کند برای جذب مشتری پیامی را در سر صفحه خود به همراه عکسی از محل کار و یا خود شما بگذارید مانند اینکه فروش پایان راه نیست بلکه شروع یک تعهد است و یا کلام من تعهد من است.

کارت ویزیت خود را دست کم نگیرید.

کارت ویزیت می تواند ابزار فوق العاده ای برای بازاریابی و جذب مشتریان جدید باشد. بسیاری از مشتریان شاید کارت ویزیت شما را فقط نگاهی نموده و آن را دور بیندازند دلیل آن شاید فقط نام شما و آدرس و نام شرکت شما بوده اما با عناوین جذب کننده باعث برق گرفتگی مشتری آینده خود شوید سعی کنید در آن بجای مشاوره... متن هایی را از خدمات شرکت خود بنویسید و سعی کنید کارت ویزیت شکیل و کاملا واضح باشد حتی می توانید از کارت ویزیت برای ترغیب مشتریان به خرید استفاده کنید مثلا بنویسید: با همراه داشتن این کارت در هنگام خرید از ۱۰ درصد تخفیف استفاده کنید کارت ویزیت خود را حتما همراه محصولات به مشتریان تحویل نمایید.

یاد آوری به مشتریان:

این روش بازاریابی تنها توسط تعداد کمی از مشاغل استفاده می شود. مثلا دندانپزشکان یا نمایندگان بیمه از این روش استفاده می کنند اما بسیاری از مشاغل دیگر نیز می توانند از این روش استفاده کنند این یادآوری ها به صورت کاملا مودبانه و بدون هیچگونه اصراری مشتری را به خرید مجدد و یا تمدید عضویت دعوت می کند. مشابه این روش در بازاریابی بیمه می توان با ارسال نامه به آدرسشان اقدام به یادآوری بیمه نامه در حال اتمام با نرخ و تعهدات آن و یا از طریق ارسال نامه، اس ام اس، ایمیل و تماس تلفنی در ساعت اداری باعث جذب بیشتر مشتریان و رضایت آنها از خدمات بعد از فروش شده با انجام چنین عملی باعث حفظ مشتریان و جذب مشتریان دیگر و رشد بسیار سریع در بازاریابی می شوید.

که موفقیت آمیز خواهد بود.

بیشترین توجه شما به تازگی و نو بودن آگهی یا روش آن نباشد چه بسا تبلیغات یا روش های چندین سال قبل بتوانند چون بمبی صدا دهد.

پیشنهاداتی برای فروش بازاریاب در مراحل اولیه کار خود

کسب و کار خود را در بیرون از محیط کار تبلیغ نمایید. یک بازاریاب بیمه به راحتی می تواند در تاکسی، رستوران، باشگاه ورزشی، ادارات و مهمانی و... از شرکت خود خدمات شرکت، تخفیفات آن و... به مخاطبین خود بشناساند. اکتفا نمودن به تابلو خود فقط اشتباهاتی است که شاید بیشتر نمایندگان آن را بصورت اپیدمی تکرار می نمایند.

ارسال نامه ها به دوستان و آشنایان در ادارات، سازمان های خصوصی و دولتی، درب منازل و دعوت آنها برای خرید کالای خود.

یک نماینده بیمه به راحتی و با کمترین هزینه می تواند اقدام به ارسال نامه های با موضوع اینکه اینجانب در شرکت بیمه پارسیان مشغول به کار شده و در این شرکت تمامی خدمات بیمه ای از جمله... با خدمات بعد از فروش و پرداخت خسارت در ۲۴ ساعت و تخفیفات... و بصورت اقساط، بدون بهره و کارمزد و غیره ارائه نمایم که چنین روش بازاریابی به راحتی ۳۰ درصد از فروش را بالا و نامه ارسالی به فردی که در سازمانی مشغول به خدمت است باعث آشنای همکاران دیگر آن فرد با آن شرکت بیمه ای و رغبت یا حتی ذهنیت خوب در میان آن ها می شود. این روش بسیار مناسب و کم هزینه می باشد.

سعی کنید خدماتتان بعد از ساعات اداری هم باشد. بیشتر مشتریان علاقه زیادی دارند که بعد از ساعات اداری و حتی شبانه با مشاور کالای خود تماس داشته باشند و سوالات خود را بیان نمایند بازاریاب باید بداند که با صبر، حوصله و علمی پاسخگو باشد تا بتواند به راحتی خود و شرکت خود را در بازار حفظ نماید. سیستم انتظار تلفنی را به در آمد و نوعی بازاریابی بدون هزینه تبدیل نمایید.

مشتریان از منتظر ماندن متنفر و بیزارند. اگر از سیستم های پاسخگویی تلفنی استفاده می کنید و مشتریانانتان باید لحظاتی منتظر بمانند تا بتوانند با شخص مورد نظر صحبت کنند از این فرصت طلایی استفاده کنید در لحظات انتظار به جای پخش موسیقی به معرفی محصولات و خدمات شرکت خود بپردازید اگر کسب و کار خود را به تازگی آغاز کرده اید با این کار می توانید ذهنیت خوبی را در مشتری ایجاد کنید و مشتری احساس خواهد کرد که با شرکت بزرگی تماس گرفته است و نتیجه آن اعتماد مشتری به شما است یاد آوری نمایم بدست آوردن اعتماد مشتری به آسانی نیست و نخواهد بود فقط مواظب باشید، پیام کوتاه، قابل فهم و درک مقدمه نداشته باشد و آن را با موسیقی ملایمی همراه سازید.

از تبلیغات اینترنتی استفاده کنید.

مدیرمسئول: افشین نوری
دبیر تحریریه: حمیده حاجی جعفر
گروه تحریریه: سیمین نصرالهی، مریم ظهیری،
رخساره نوروزنیا
طراحی و صفحه آرایی: حامد شعبانی صمغ آبادی

نشانی: تهران/خیابان ولی عصر
بالاتراز میرداماد/خیابان قبادیان غربی/پلاک ۲۲
کد پستی: ۱۹۶۹۶۳۳۴۳۱
تلفن: ۴۲۱۶۹۵۵۱: دورنگار: ۴۲۱۶۹۵۵۲
info@parsianinsurance.com
chatr@parsianinsurance.com



دنیا دنیا آرامش بیمه پارسیان

۱۳ آذر روز بیمه کرامی باد

صدور انواع بیمه نامه های

عمر و سرمایه گذاری - اتومبیل - نفت و انرژی
مهندسی - درمان - مسئولیت - آتش سوزی - باربری

آدرس: خیابان ولیعصر، بالاتراز بلوار میرداماد،
خیابان قبادیان غربی، پلاک ۲۲ تلفن: ۸۲۵۹
www.parsianinsurance.ir