



تشریح داخلی بیمه پارسیان • مدیریت روابط عمومی
شماره سی و پنجم | ویژه نامه نوروز ۹۸

ابراز خرسندی رییس کل بیمه مرکزی
از عملکرد شرکت بیمه پارسیان



صعود مجدد جایگاه بیمه پارسیان در لیست یکصد شرکت برتر کشور



شرکت‌های برتر ایران

بیست و یکمین سال رتبه‌بندی IMI-100



بیمه‌گذاران و نمایندگان برتر
بیمه پارسیان معرفی شدند





دنیای دنیا آرامش

بیمه پارسیان



بیمه جامع مجتمع های مسکونی

پوشش های ویژه سقوط آسانسور، شکست شیشه، هزینه اسکان موقت، هزینه نقل مکان، سرقت و ...
پوشش کلیه خطرات محتمل در مجتمع های مسکونی از قبیل زلزله، سیل، طوفان و ...
بیمه نامه مسؤلیت مدنی مدیر یا هیات مدیره ساختمان های مسکونی

www.parsianinsurance.ir

با ما تماس بگیرید: ۰۲۱-۸۲۵۹



ایم‌تی‌ان، مدیرعامل بیمه پارسیان

ایم‌تی‌ان، مدیرعامل بیمه پارسیان، در دیدار با هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت، بر اهمیت همکاری‌ها در راستای توسعه بازار تأکید کرد.

ایم‌تی‌ان، مدیرعامل بیمه پارسیان

ایم‌تی‌ان، مدیرعامل بیمه پارسیان، در دیدار با هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت، بر اهمیت همکاری‌ها در راستای توسعه بازار تأکید کرد.

صعود مجدد جایگاه بیمه پارسیان در لیست یکصد شرکت برتر کشور

بیمه پارسیان در لیست یکصد شرکت برتر کشور به رتبه ۱۱۱ صعود کرد.

مجلس فتنی مدیر امور نظیبه نمایندگان و کارگزاران توانمندسازی نمایندگان رسیدگی به مسائل و مشکلات شبکه فروش در اولویت خواهد بود

مجلس فتنی مدیر امور نظیبه نمایندگان و کارگزاران توانمندسازی نمایندگان رسیدگی به مسائل و مشکلات شبکه فروش در اولویت خواهد بود.

پارسیان همچنان بزرگترین بیمه کاملاً خصوصی کشور است

پارسیان همچنان بزرگترین بیمه کاملاً خصوصی کشور است.

بازدید نایب رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان از شعبه بابل

بازدید نایب رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان از شعبه بابل.

بزرگاری سیمینار آموزشی بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری با حضور روسای شعب جنوب کشور

بزرگاری سیمینار آموزشی بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری با حضور روسای شعب جنوب کشور.

نایب رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان در بازدید از شعبه اهلیجان در برنامه راهبردی بیمه پارسیان به کیفیت بالای عملکرد شعب توجه ویژه‌ای شده است

نایب رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان در بازدید از شعبه اهلیجان در برنامه راهبردی بیمه پارسیان به کیفیت بالای عملکرد شعب توجه ویژه‌ای شده است.

تقدیر و تشکر جامعه خیرین مدرسه ساز و سازمان توسازی توسعه و تجهیز مدارس کشور از بیمه پارسیان

تقدیر و تشکر جامعه خیرین مدرسه ساز و سازمان توسازی توسعه و تجهیز مدارس کشور از بیمه پارسیان.

نایب رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان در جمع همکاران مجتمع بیمه‌های ساری حضور یافت

نایب رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان در جمع همکاران مجتمع بیمه‌های ساری حضور یافت.

تقدیر و تشکر صدا و سیما استان گیلان و شرکت داروسازی انگولوزی از بیمه پارسیان

تقدیر و تشکر صدا و سیما استان گیلان و شرکت داروسازی انگولوزی از بیمه پارسیان.

شماره سی و پنجم، ویژه نامه نوروز ۹۸

ایم‌تی‌ان، مدیرعامل بیمه پارسیان

صعود مجدد جایگاه بیمه پارسیان در لیست یکصد شرکت برتر کشور

شرکت‌های برتر ایران

بیمه گذاران و نمایندگان برتر بیمه پارسیان

- مدیر مسئول: افشین نوری
- دبیر تحریریه: حمیده حاجی جعفر
- گروه تحریریه: مهدی اصغری
- طراحی و اجرا: راوک گرافیک
- گرافیک و صفحه آرایی: سمیه رفیعی

مهدی حیدرزاده

- نشانی: خیابان ولی عصر، بالاتر از میرداماد
- خیابان قبادیان غربی، پلاک ۲۲
- کدپستی: ۱۹۶۹۶۳۴۳۱۳
- تلفن: ۴۲۱۶۹۳۴۱
- دورنگار: ۴۲۱۶۹۳۴۶

info@parsianinsurance.com
pr@parsianinsurance.com



پیام نوروزی آقای اویار حسین نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان

يَا مُقَلَّبَ الْقُلُوبِ وَ الْأَبْصَارِ
يَا مُدَبِّرَ اللَّيْلِ وَ النَّهَارِ
يَا مُخَوِّلَ الْحَوْلِ وَ الْأَحْوَالِ
حَوْلَ خَالَتْنَا إِلَى أَحْسَنِ الْخَالِ

سپاس و ستایش خداوند منان که بار دیگر با ورزش نسیم بهاری ناظر معجزه جان بخشیدن دوباره به زمین از سوی ذات لایزال الهی هستیم. لازم می‌دانم این شروع تازه را به تمامی همکاران خانواده بزرگ پارسیان تبریک گفته و آرزوی سالی پر از سلامت و تلاش توأم با موفقیت را برای شما عزیزان داشته باشم. امیدوارم در پناه الطاف حق تعالی همواره شاهد موفقیت‌های روزافزون پارسیان باشیم و سالی سرشار از برکت و معنویت را از درگاه خداوند متعال و سبحان برای شما مسئلت می‌نمایم.



صعود مجدد جایگاه بیمه پارسیان در لیست یکصد شرکت برتر کشور



خصوصی کشور با ۶ رتبه صعود رتبه ۵۶ را از آن خود کرد.

در این همایش که روز دوشنبه ۸ بهمن ماه با حضور جمع کثیری از مسئولین کشوری و مدیران ارگان‌ها و سازمان‌های دولتی و خصوصی کشور در سالن همایش‌های بین المللی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران برگزار شد بر اساس استانداردهای در نظر گرفته شده از سوی سازمان مدیریت صنعتی از جمله رشد فروش، اعتبار در صنعت، اطلاعات مالی، بهره‌وری، عملکرد و سایر شاخص‌های مربوطه بازهم بیمه پارسیان در لیست یکصد شرکت برتر ایران جای گرفت.

حضور مجدد در میان یکصد شرکت برتر کشور نشان از رشد روزافزون و اعتبار یک شرکت بیمه دارد که بیمه پارسیان همواره نشان داده از قابلیت‌ها و توانمندی‌های زیادی در تمام زمینه‌ها برخوردار است.



سازمان مدیریت صنعتی باهدف شفاف‌سازی فضای کسب‌وکار کشور، ارایه تصویری روشن از جایگاه بنگاه‌های اقتصادی و گروه‌های صنعتی مختلف، گسترش رقابت بین بنگاه‌های اقتصادی کشور و علمی‌تر نمودن فضای تصمیم‌گیری مدیران، "رتبه بندی شرکت‌های برتر ایران" را برای بیست و یکمین سال متوالی آغاز کرد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در بیست و یکمین همایش معرفی صد شرکت برتر کشور، بیمه پارسیان به عنوان بزرگترین شرکت بیمه صد در صد



ابراز خرسندی رییس کل بیمه مرکزی از عملکرد شرکت بیمه پارسیان



دکتر سلیمانی با ابراز خرسندی از عملکرد شرکت بیمه پارسیان در رشته‌های مختلف بیمه توجه بیشتر مدیران و کارکنان این شرکت را به رشته بیمه‌های زندگی خواستار شد و افزود: ورود به بحث فروش مویرگی بیمه نامه زندگی در کشور یک ضرورت است و اگر مزیت‌های آن برای مردم تشریح شود استقبال از این بیمه نامه بسیار چشمگیر خواهد بود.

وی با تشریح آخرین وضعیت سرمایه‌گذاری‌ها در صنعت بیمه اعلام کرد: شرکت‌های بیمه در بخش سپرده‌گذاری باید با بانک‌ها رقابت کنند و تحقق این امر در گرو افزایش ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی در کشور است.

وی با تقدیر از عملکرد کارکنان، مدیران و نمایندگان شبکه فروش شرکت بیمه پارسیان از شرایط مناسب این شرکت برای ورود به بحث بیمه‌های اتکایی خبر داد و گفت: شرکت بیمه پارسیان بسترهای کافی را برای ورود به بازار بیمه‌های اتکایی فراهم کرده و اگر افزایش سرمایه مناسبی داشته باشد قطعاً جهش قابل توجهی را در بازار بیمه کشور تجربه خواهد کرد.

وی بازنگری در بخش بیمه درمان را نیز از ضرورت‌های صنعت بیمه دانست و افزود: خسارت بیمه درمان تکمیلی در برخی از شرکت‌ها تا ۱۴۰ درصد نیز افزایش یافته است که با این شرایط طبیعی است شرکت‌های بیمه برای جلوگیری از زیان بیشتر در بخش پرداخت خسارت‌ها عملکرد مناسبی نداشته باشند.

گفتنی است در پایان این مراسم هادی اویارحسین، نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت بیمه پارسیان، گزارش مفصلی از عملکرد این شرکت ارائه کرد و سپس با حضور رییس کل بیمه مرکزی، اعضای هیات عامل و مسئولان ارشد شرکت بیمه پارسیان از نمایندگان و بیمه‌گذاران برتر تقدیر به عمل آمد.

به گزارش اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل بیمه مرکزی، دکتر سلیمانی در همایش تقدیر از نمایندگان و بیمه‌گذاران برتر بیمه پارسیان ضمن اعلام این مطلب افزود: نمایندگان شرکت‌های بیمه‌ای همانقدر که اصل وفاداری سازمانی را رعایت می‌کنند وظیفه دارند این مسئولیت را در قبال مشتریان خود نیز به انجام برسانند.

رییس کل بیمه مرکزی با تأکید بر ضرورت توجه به ترکیب منطقی پرتفوی شرکت‌های بیمه‌ای خاطر نشان کرد: عرضه محصولات بیمه‌ای متناسب با نیاز مشتری از مأموریت‌های حساس شبکه فروش به شمار می‌رود.

وی با تأکید بر لزوم بازنگری در شبکه فروش به اهمیت تقویت بخش آموزش در صنعت بیمه اشاره کرد و افزود: بیش از پنجاه هزار نماینده فعال شرکت‌های بیمه یک ظرفیت بزرگ را ایجاد کردند که با آموزش‌های کافی و رعایت اصول حرفه‌ای گری استفاده بهینه از آن به توسعه صنعت بیمه و همچنین افزایش سطح آرامش و اطمینان در جامعه منتهی خواهد شد.

رییس شورای عالی بیمه با اشاره به این نکته که اصلاح برخی از قوانین و آیین‌نامه‌ها می‌تواند حرکت شبکه فروش را تسریع کند، اظهار داشت: متأسفانه با وجود تنوع محصولات بیمه‌ای در کشور مردم ما با بسیاری از این محصولات آشنایی ندارند و شبکه فروش باید فضای کافی را برای استقبال شهروندان از ظرفیت‌های صنعت بیمه آماده کند.

وی در بخش دیگری از سخنان خود به ظرفیت‌های گسترده صنعت بیمه اشاره کرد و گفت: در حال حاضر از مجموع ۹ میلیون موتورسیکلت در کشور تنها حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد از مزایای بیمه شخص ثالث بهره می‌برند و هنوز ظرفیت‌های بسیاری در این رشته وجود دارد اما تمرکز شرکت‌های بیمه برای فروش بیمه شخص ثالث راهکار مناسبی برای افزایش ضریب نفوذ بیمه نیست.

با حضور رییس کل بیمه مرکزی و مدیرعامل بانک پارسیان؛ بیمه گذاران و نمایندگان برتر بیمه پارسیان معرفی شدند

وامور مشتریان و همچنین نمایندگانی که براساس استانداردهای مورد نظر حوزه مدیریت امور نمایندگان بعنوان برترین‌های هر سال انتخاب می‌شوند طی این مراسم مورد تقدیر قرار می‌گیرند. تاثیر و اهمیت حفظ و ارایه بهترین خدمات به بیمه گذاران و همچنین لزوم توجه ویژه به شبکه فروش از دلایل اصلی برگزاری هر ساله این مراسم توسط بیمه پارسیان اعلام شده است.

نمایندگان برتر بیمه پارسیان برگزار شد، از ۲۰ بیمه گذار برتر، ۳۰ نماینده حقوقی و حقیقی در سه گروه طلایی، نقره‌ای و برنزی، ۴ شرکت خدمات بیمه‌ای و ۵ نماینده برتر در رشته بیمه‌های عمر و سرمایه گذاری، تقدیر به عمل آمد. تقدیر از بیمه گذاران و نمایندگان برتر در سالهای اخیر در بیمه پارسیان همواره مورد توجه بوده و در پایان هر سال بیمه گذارانی که ضمن داشتن بالاترین پرتفو بر طبق فاکتورهای موردنظر حوزه مدیریت فروش

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ طی مراسمی از بیمه گذاران و نمایندگان برتر این شرکت در سال ۹۷ تجلیل و قدردانی بعمل آمد. در این مراسم که روز سه شنبه ۷ اسفندماه و با حضور دکتر سلیمانی رییس کل بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، علیپور دبیر کل سندیکای بیمه گران ایران، دکتر پرویزیان مدیرعامل بانک پارسیان، اعضای هیات عامل بیمه مرکزی و هیات مدیره گروه مالی بانک پارسیان و همچنین مدیران، بیمه گذاران و





نمایندگان برتر بیمه عمر و سرمایه‌گذاری



نمایندگان طلابی



نمایندگان نقره‌ای



نمایندگان برنزی



بیمه نامه مجتمع های مسکونی پارسیان با پوشش های ویژه ای می شود



لیلا مشکانی، مدیر بیمه های آتش سوزی

۱. پوشش های بیمه نامه مجتمع های مسکونی دقیقاً شامل چه مواردی است؟

این بیمه نامه با توجه به الزام قانونی مدیران و هیات مدیره های مجتمع های مسکونی در قانون تملک آپارتمانها، به اخذ پوشش بیمه نامه آتش سوزی برای ساختمان مجتمع های مسکونی، طراحی گردیده و پوشش های ویژه ای در آن قرار داده شده است تا مدیران و هیات مدیره های مجتمع های مسکونی ضمن برخورداری از تخفیفات قابل ملاحظه، بتوانند پوشش های ویژه را نیز اخذ نمایند.

در این بیمه نامه علاوه بر ارایه کلیه پوشش های عرف در رشته آتش سوزی مانند: آتش سوزی، صاعقه، انفجار، زلزله، سیل، طوفان، سقوط هواپیما، ضایعات ناشی از سنگینی برف، ضایعات ناشی از آب برف و باران، ترکیدگی لوله آب، سرقت با شکست حرز، شکست شیشه، انفجار ظروف تحت فشار، مسئولیت ناشی از آتش

سوزی و انفجار، هزینه پاکسازی و غیره

پوشش هایی جدیدی نیز از قبیل موارد ذیل ارایه می گردد:

• هزینه اسکان موقت

• هزینه اجاره مالکین

• هزینه نقل مکان (اسباب کشی)

• خسارات مالی ناشی از سقوط آسانسور

۲. لطفاً در خصوص خدمات این بیمه مثل اسکان موقت توضیح بیشتری بدهید

و اینکه سقف تعهدات مالی تا چه میزان است؟ مدت زمانی تعهدات چطور؟ به طور مثال در زمان وقوع زلزله یا آتش سوزی تا چه میزان و چه مدت بیمه پارسیان خدمات ارایه خواهد کرد؟

در بیمه نامه های عادی رشته آتش سوزی، فقط خسارات تعمیر و جایگزینی اموال آسیب دیده پرداخت می گردد لیکن معمولاً پس از وقوع حادثه، هزینه هایی از قبیل هزینه اسباب کشی و هزینه اسکان موقت (تا هنگام تعمیر کامل ساختمان آسیب دیده) نیز به زیان دیدگان تحمیل می گردد که در طرح بیمه جامع مجتمع های مسکونی، این پوشش ها نیز حداکثر تا سقف ۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال تا ۴ ماه به عنوان هزینه اسکان موقت و تا سقف ۳۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به عنوان هزینه های اسباب کشی قابل خریداری می باشند.

طرح بیمه جامع مجتمع های مسکونی از نظر ماهوی مشابه بیمه نامه های اموال می باشد و در آن صرفاً خسارات مالی تحت پوشش قرار می گیرد و مدیران ساختمان ها می توانند جهت اخذ پوشش جانی بیمه نامه مسئولیت جامع مدیران و هیات مدیره های مجتمع های مسکونی را که در مدیریت بیمه های مسئولیت بیمه پارسیان ارایه می گردد خریداری نمایند.

۳. در مقابل سرقت چطور؟ سقف تعهدات چقدر است؟

جهت سهولت صدور این بیمه نامه ها، پوشش سرقت با شکست حرز نیز بدون نیاز به بازدید اولیه و فقط به شرط مجهز بودن مجتمع مسکونی به یکی از موارد ذیل تا سقف ۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال برای هر واحد در مجتمع های زیر ۱۲ واحدی و تا سقف ۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال برای هر واحد جهت مجتمع های بیشتر از ۱۲ واحدی قابل

خریداری می باشد:

الف: داشتن نگهبان ۲۴ ساعته

ب: مجهز بودن به سیستم دوربین مدار بسته

ج: مجهز بودن به سیستم دزدگیر

۴. به طور دقیق بفرمایید پوشش بیمه ای در چه صورتی تعلق میگرد و در چه صورتی شامل نمی شود؟

بررسی نحوه پوشش یا عدم پوشش خطرات عرف بیمه نامه آتش سوزی، دقیقاً مشابه با بیمه نامه های معمولی آتش سوزی و طبق شرایط عمومی و خصوصی بیمه نامه و پیوسته های آن خواهد بود. لیکن جهت برخورداری از سایر پوشش های جدید مانند هزینه اسکان موقت، هزینه اجاره مالکین و هزینه نقل مکان (اسباب کشی) لازم است میزان خسارت وارده به اعیانی ساختمان مورد بیمه بیشتر از ۴۰ درصد ارزش پیش از حادثه آن باشد.

۵. به عنوان مثال آتش سوزی یا سانحه را چطور و در چه شرایطی پوشش می دهید؟

خسارت ناشی از آتش سوزی دقیقاً مشابه بیمه نامه های معمولی آتش سوزی وقتی تحت پوشش خواهد بود که حریق با شعله همراه بوده و علت آن جزو استثنائات بیمه نامه نباشد.

ولی در این بیمه نامه حوادثی تحت پوشش قرار می گیرد که نام آنها در بیمه نامه ذکر شده است (تا سقف تعهدات بیمه شده و با لحاظ ماده ۱۰ قانون بیمه). ضمناً تأیید وقوع حادثه با مراجع ذیصلاح خواهد بود.

۶. پوشش هزینه اجاره دریافتی مالکین چیست؟ سقف و تعهدات به چه نحوی است؟

همانطور که مستحضرد پس از وقوع حادثه مستاجرین واحدهای آسیب دیده جهت تعمیر واحد به صورت موقت یا دائم به منازل مسکونی دیگر نقل مکان می نمایند و عملاً پس از نقل مکان، مالک واحد آسیب دیده قادر به دریافت اجاره بها از مستاجر نخواهد بود لذا با خرید این پوشش، در صورت وقوع خطرات بیمه شده در بیمه نامه و بروز خسارتی به میزان بیشتر از ۴۰٪ ارزش ملک، شرکت بیمه پارسیان هزینه های اجاره را حداکثر تا سه ماه و تا سقف مبلغ ۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال طبق اجاره نامه دارای کدرهگیری جبران می نماید.

محسن فتحی مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران: توانمندسازی نمایندگان و رسیدگی به مسائل و مشکلات شبکه فروش در اولویت خواهد بود



کیفیت شبکه فروش از جمله افزایش دانش و مهارت نمایندگان در بازاریابی و مدیریت بازار و توانمندسازی آنها از لحاظ فنی در نظر گرفته شده است.

در واقع هدف این مدیریت برنامه ریزی دقیق و هوشمندانه با بهره‌گیری از عزم همگانی در کلیه سطوح شرکت برای رسیدن به اهداف فوق می‌باشد چراکه رشد کیفی شبکه فروش و حرکت به سمت ماهر سازی نمایندگان با توانمندسازی آنها به علم روز و دانش و مهارت فنی همواره بعنوان به عنوان یک ضرورت مطرح می‌باشد. همچنین حرکت به سوی تخصص گرایی و مهارت شبکه فروش از دیگر برنامه‌های آتی این مدیریت می‌باشد.

از طرفی همانگونه که موفقیت یک شرکت بیمه تا حدود زیادی در گرو عملکرد شعب آن است، موفقیت شعب نیز مرهون عملکرد مدیریت و کارکنان آن است. این افراد سرمایه‌های اصلی شرکت بیمه را تشکیل می‌دهند و اصولاً وجه تمایز یک شرکت بیمه نسبت به سایر شرکت‌های بیمه در شرایط مشابه، برخورداری از کارکنانی متعصب، علاقه مند و آگاه به اهداف سازمانی می‌باشد.

با عنایت به این موضوع مدیریت امور شعب، نمایندگان و کارگزاران نهایت سعی و تلاش خود را در راستای حل مسائل و مشکلات کارکنان شعب و شبکه فروش متمرکز نموده است که با توکل بر خدا، تکیه بر سرمایه انسانی وسیع و تلاش مضاعف، جایگاه شرکت بیمه پارسیان را با جذب پرتفوی اصولی در صنعت بیمه کشور ارتقا دهد.

توسعه بازار و افزایش ضریب نفوذ صنعت بیمه و به تبع آن شرکت‌های بیمه‌ای در جای جای پهنه کشور اسلامی ایران، از اهداف مهم و استراتژیک سیاست‌گذاران و تصمیم سازان صنعت بیمه است. از طرفی رشد چشم گیر سهم فروش بیمه نامه به صورت غیر مستقیم از سوی نمایندگان و کارگزاران نیز گواه بر این مدعا است که توجه به حوزه فروش و جذب فروشندگان حرفه‌ای، توانمند و کارا مزیت و وجه تمایز شرکت‌های بیمه در سال‌های آینده است. با این هدف و با توجه به سابقه و تجربه مدیران ارشد شرکت بیمه پارسیان، این مهم هدف گذاری شده است. در واقع اولویت کاری مدیریت امور شعب، نمایندگان و کارگزاران بیمه پارسیان توانمند سازی و رفع مشکلات شعب و نمایندگان می‌باشد.

بخش اعظم و مهم منابع انسانی شرکت‌های بیمه و از جمله شرکت بیمه پارسیان را شبکه فروش و بخصوص نمایندگان شرکت تشکیل می‌دهند، توانمندسازی این بخش اعظم از منابع انسانی شرکت و چگونگی ارتقاء آن یکی از دغدغه‌های اصلی مدیران این شرکت می‌باشد.

نمایندگان و کارگزاران شرکت‌های بیمه، شبکه فروش صنعت بیمه را تشکیل می‌دهند و در حقیقت بازوان اجرایی شرکت‌های بیمه در امر فروش هستند، لذا مهمترین دغدغه مدیریت امور شعب، نمایندگان و کارگزاران شناسایی مسائل و رفع چالش‌های پیش روی شبکه فروش می‌باشد. در حوزه مدیریت امور شعب، نمایندگان و کارگزاران ارتقای



خلاصه‌ای از عملکرد بیمه پارسیان
در سال ۹۷

پارسیان همچنان بزرگترین بیمه کاملاً خصوصی کشور است

دریافت تندیس برن德 محبوب مصرف‌کنندگان، کسب عنوان پیشتاز بازار بیمه در جشنواره قهرمانان صنعت ایران، کسب جوایز مدیریت سلامت اداری، ملی مدیریت مالی، ملی مدیریت و... اشاره نمود.

شرکت هم‌زمان با توسعه بیش از پیش حجم فروش خود، در راستای توسعه شبکه فروش و پرداخت خسارت خود جهت خدمت‌رسانی بهتر و سریع‌تر به مشتریان نیز اقدامات قابل‌توجهی انجام داده است، به‌طوری‌که هم اکنون شرکت دارای بیش از ۱۶۰۰ نماینده فعال در سراسر کشور می‌باشد. از سوی دیگر بیمه پارسیان، دارای ۶۱ مجتمع بیمه‌ای در تمامی استان‌های کشور، جهت ارائه خدمات بیمه‌ای به مشتریان خود می‌باشد. در سال‌های اخیر، شرکت بیمه پارسیان، کانال‌های ارتباطی خود با مشتریان و بیمه‌گذاران را از طریق توسعه خدمات دیجیتال و الکترونیکی چون اینترنت، موبایل و... بسط داده است تا هم در زمان صدور بیمه‌نامه و هم در زمان پرداخت خسارت، خدمات سریع و مناسبی را به مشتریان خود ارائه کند. در مورد عملکرد بخش صدور و خسارت شرکت نیز می‌توان به میزان رضایت ۹۲/۵۵ از خدمات صدور مطلوب و رضایت ۹۱/۷۰ درصدی در بخش خسارت مراجعین اشاره نمود که با توجه به در نظر گرفتن طبیعت خسارت، رقم قابل‌توجهی محسوب می‌گردد.

بیمه پارسیان در سال ۱۳۸۴ در راستای افزایش کیفیت خدمات به مشتریان حوزه بیمه‌های اشخاص، اقدام به تاسیس شرکت یاری‌رسان پارسیان، با هدف

عمده شرکت بیمه پارسیان که همیشه نقطه قابل اتکایی برای اجرای مناسب تعهدات شرکت بوده‌اند می‌توان به گروه مالی بانک پارسیان (۲۰ درصد)، شرکت سرمایه‌گذاری تدبیر (۱۸ درصد)، شرکت صبا تأمین پارسیان (۱۴ درصد)، شرکت سرمایه‌گذاری پارسیان (۱۱ درصد)، بانک سرمایه (۹ درصد) و مدیریت سرمایه‌گذاری کوثر بهمن (۸ درصد) اشاره نمود.

بیمه پارسیان از اولین سال فعالیت تاکنون همواره توانسته است نام خود را در میان ۱۰۰ شرکت برتر کشور قراردادده و در آخرین رتبه‌بندی اعلام شده توسط سازمان مدیریت صنعتی در سال ۱۳۹۷، رتبه ۵۶ را در لیست شرکت‌های برتر ایران IMI۱۰۰۰ به خود اختصاص داده است. همچنین این سازمان در ارزیابی بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران سطح یک توانگری مالی را به‌دست آورده است. در کنار موفقیت‌های به دست آمده در زمینه‌های فنی، بیمه پارسیان توانست در حوزه افزایش بهره‌وری، بهبود فرآیندها و رضایت مشتریان نیز گام‌های بزرگی بردارد، که از نتایج آن می‌توان به اخذ گواهینامه بین‌المللی مدیریت کیفیت ISO۹۰۰۱ از موسسه گواهی‌دهنده ۳CERT تحت اعتبار Dakks آلمان و بنیاد جهانی IAF، گواهینامه‌های ISO۱۰۰۲ (مدیریت شکایت مشتری)، ISO۱۰۰۴ (مدیریت رضایت مشتری) و ISO۱۰۰۱۵ (مدیریت آموزش) از موسسه گواهی‌دهنده ICB ایتالیا، گواهینامه نظام آراستگی محیط کار (۵S) از شرکت TuVinterCert آلمان، دریافت تندیس زرین جشنواره ملی بهره‌وری،

شرکت بیمه پارسیان (سهامی عام) یکی از اولین شرکت‌هایی است که پس از تصویب قانون فعالیت بیمه‌های غیردولتی، در سال ۱۳۸۲ فعالیت خود را به عنوان یک شرکت بیمه خصوصی با موضوع فعالیت "انجام عملیات بیمه‌ای مستقیم در انواع رشته‌های بیمه زندگی و غیرزندگی، تحصیل پوشش بیمه‌های اتکایی در رابطه با بیمه‌نامه‌های صادره، سرمایه‌گذاری از محل سرمایه، ذخایر و اندوخته‌های فنی و قانونی و قبول بیمه‌های اتکایی از سایر موسسات بیمه مستقیم داخلی (اعم از دولتی و غیردولتی و یا ثبت شده در مناطق آزاد)" و با مأموریت ایجاد سازمانی رقابت‌پذیر، متعهد نسبت به جامعه و پیشگام در ارائه خدمات متمایز به اشخاص حقیقی و حقوقی برای پوشش ریسک‌ها و جبران خسارت‌ها و نیز حضور فعال در بازارهای سرمایه و ارائه خدمات مالی مرتبط در راستای تأمین رضایت مشتریان شرکت آغاز نمود و با گسترش دامنه فعالیت‌های شرکت و لزوم حفظ کفایت سرمایه، پس از مدت کوتاهی سرمایه شرکت به ۳۰۰۰ میلیارد ریال افزایش پیدا کرد و با توجه به مصوبات مجمع عمومی شرکت، این سرمایه به زودی به ۴۰۰۰ میلیارد ریال افزایش خواهد یافت تا از این لحاظ نیز بزرگترین شرکت بیمه خصوصی کشور باشد.

شرکت بیمه پارسیان در سال ۱۳۹۶ توانست ۱۹/۹۹۸ میلیارد ریال حق بیمه جذب و بالغ بر ۱۱/۶۰۹ میلیارد ریال خسارت پرداخت نماید.

شرکت بیمه پارسیان در تاریخ ۲۳ آبان ۱۳۸۹ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شد. از سهامداران

مدیریت خدمات درمانی طرف‌های قرارداد شرکت بیمه پارسیان نمود. با توجه به بسترسازی‌های صورت گرفته و افزایش چشمگیر فروش شرکت در سال‌های اخیر، فعالیت این شرکت گسترده‌تر شده است. به‌طوری‌که انجام امور مربوط به ارزیابی خسارت سایر رشته‌های بیمه‌ای، خدمات درمان تکمیلی بیمه‌گذاران بیمه پارسیان و خدمات کارشناسی پزشکی مرتبط با سلامت متقاضیان بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری، از جمله خدماتی است که شرکت یاری‌رسان پارسیان به بیمه‌گذاران بیمه پارسیان ارائه می‌نماید. شرکت یاری‌رسان پارسیان اقدام به هوشمندسازی سیستم خسارت درمان نموده است. رضایت دریافت‌کنندگان از خدمات این شرکت، به صورت سیستماتیک ارزیابی می‌گردد تا از طریق نظرسنجی‌های انجام شده، تصویری روشن از نقاط ضعف و قوت شرکت به دست آید.

از دیگر ویژگی‌های بیمه پارسیان در ارائه خدمات مربوط به بیمه‌های درمان تکمیلی، عقد قرارداد با بهترین بیمارستان‌ها و مراکز درمانی تهران و شهرستان‌ها می‌باشد که لیست به‌روز شده بیمارستان‌ها و مراکز درمانی طرف قرارداد این شرکت که هم‌اکنون حدود ۱۰۰۰ مرکز درمانی در سراسر کشور می‌باشد، در نشانی اینترنتی بیمه پارسیان به آدرس www.parsianinsurance.ir در دسترس می‌باشد. همچنین از دیگر مزایای بیمه‌های درمان این شرکت، ارائه کارت‌های شرکت تجارت الکترونیک پارسیان جهت واریز سریع خسارات بیمه‌نامه‌های درمان تکمیلی برای هریک از بیمه‌شدگان اصلی می‌باشد. از دیگر افتخارات بیمه پارسیان، ارائه خدمات ویژه در بخش بیمه‌های درمان تکمیلی به بیمه‌گذاران بزرگی بوده که می‌توان به شرکت‌های ذیل اشاره نمود:

- قرارگاه سازندگی خاتم‌الانبیاء
- شرکت ایران خودرو
- شرکت ملی گاز ایران
- پارس خودرو
- خودروسازی سایپا
- صندوق حمایت و بازنشستگی آینده‌ساز
- ارتباطات سیار همراه اول
- صندوق بازنشستگی کارکنان صدا و سیما
- مهرکام پارس
- ایران خودرو دیزل
- شرکت نفت و گاز پارس
- ستاد اجرایی فرمان حضرت امام (ره)
- دانشگاه صنعتی شریف

- مگاموتور
 - شرکت نفت پارس
 - دانشگاه علم و صنعت ایران
 - شرکت طراحی مهندسی و تامین قطعات ایران خودرو
 - شرکت قطعات و لوازم یدکی ایران خودرو ایساکو
 - صنایع آذرآب
 - پتروشیمی آبادان
 - شرکت امداد خودرو ایران
 - سازمان هواپیمایی کشور
 - شرکت رنویارس
 - شرکت نفت سپاهان و شرکت‌های تابعه
 - جهاد کشاورزی استان گیلان
 - شرکت خدمات حمایتی کشاورزی
 - شرکت نفت فلات قاره ایران
 - هواپیمایی ماهان
 - توسعه حفاری تدبیر
 - شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران
- با توجه به اهمیت جایگاه مشتری در شرکت بیمه پارسیان و برای ساماندهی تمامی موارد مرتبط با مشتری، در سال ۱۳۸۵، مرکز ارتباط با مشتریان (CRM) راه‌اندازی شد. فرایندهای ارائه خدمات، حفظ و نگهداشت مشتریان، مدیریت شکایات و مدیریت رضایت مشتریان به صورت متمرکز در این مرکز انجام می‌پذیرد.
- شایان ذکر است که شرکت بیمه پارسیان در راستای ارائه خدمات کارشناسی و فنی بیمه‌ای و مدیریت ریسک در حوزه بیمه‌های انرژی، با ایجاد مجتمع تخصصی بیمه‌های نفت و انرژی و استفاده از مدیران و کارشناسان مجرب و تربیت نیروهای متخصص در این زمینه، به عنوان شرکتی پیشرو و متخصص، گامی مهم در جلب رضایت مشتریان این حوزه برداشته است. بر همین اساس این شرکت از اعضای اصلی کنسرسیوم انرژی، جهت پوشش بیمه‌ای پالایشگاه‌های نفت و گاز، پتروشیمی‌ها و پروژه‌های بزرگ استخراج و انتقال نفت و انرژی می‌باشد. در بخش بیمه‌های انرژی، این شرکت طی سال‌های گذشته پروژه‌های مهم صنعت نفت از قبیل احداث بخش پروژه فراساحل فازهای ۶، ۷ و ۸ پارس جنوبی (بزرگترین پروژه صنعت نفت ایران)، کابل کشی فیبر نوری همه فازهای پارس جنوبی، بازسازی عرشه سکوه‌های نفتی سلمان، احداث پالایشگاه فازهای ۹ و ۱۰ پارس جنوبی و بیمه باربری آن، ساخت سکوی حفاری نیمه شناور خزر و نصب ایستگاه‌های تقویت فشار خط پنجم گاز سراسری

را تحت پوشش داشته است و بزرگترین خسارت پرداختی تاریخ صنعت بیمه کشور نیز توسط بیمه پارسیان در صنعت نفت جبران شده است.

یکی دیگر از عوامل مهم بقا و تداوم سودآوری شرکت، متنوع‌سازی محصولات است. شرکت بیمه پارسیان، سعی در ارائه بهترین خدمات در تمامی رشته‌های بیمه‌ای از جمله مهندسی، مسئولیت، باربری، آتش‌سوزی، نفت و انرژی، حوادث، درمان، عمر و خودرو دارد و نزدیک به ۸۰ نوع محصول بیمه‌ای متفاوت را به بیمه‌گذاران خود عرضه می‌نماید. بیمه پارسیان هم‌اکنون در زمینه ارائه انواع خدمات بیمه‌ای در تمامی رشته‌ها فعال بوده و سوابق قابل توجهی نیز در زمینه صدور بیمه‌نامه‌های بزرگ با سرمایه‌های قابل توجه در سال‌های گذشته دارا می‌باشد. همچنین، یکی از مهم‌ترین خدمات شرکت در حوزه دامنه محصولات بیمه‌ای، ارائه خدمات مشاوره مدیریت ریسک می‌باشد. در واقع شرکت در قبال شرکت‌های متقاضی، اقدام به شناسایی و تخمین روش‌مند ریسک‌های متناظر با فعالیت‌های گذشته، حال و آینده ایشان نموده و تمهیدات لازم جهت تعیین روش برخورد با آنها را اندیشیده و مشاوره لازم در مورد محصول بیمه‌ای مورد نیاز بیمه‌گذاران خود در راستای مدیریت بهینه ریسک‌های موجود در دامنه فعالیت‌های شرکت‌های متقاضی را ارائه می‌نماید. از سوی دیگر پس از تعیین ترکیب محصولات مورد نیاز برای شرکت‌های متقاضی، طراحی لازم در خصوص جزئیات پوشش‌های مورد نیاز هر محصول نیز انجام شده و در قالب خدمات مشاوره‌ای به مشتریان ارائه می‌گردد.

علاوه بر موارد یادشده با توجه به اهمیت منابع انسانی هر سازمان که منبع اصلی ایجاد مزیت رقابتی است و این اهمیت در سازمان‌های خدماتی دو چندان است، به طوری‌که ارائه خدمات متفاوت و با کیفیت، کاهش هزینه‌ها، خلاقیت و نوآوری و افزایش رقابت‌پذیری تا حد زیادی از مزایای وجود منابع انسانی کیفی و دانش‌مدار تلقی می‌گردد، شرکت بیمه پارسیان دارای ۸۷۶ نفر پرسنل باتجربه می‌باشد که از این تعداد، حدود ۸۴ درصد، دارای تحصیلات کارشناسی و بالاتر هستند که حاکی از توجه شرکت به دانش و تخصص می‌باشد.

تمامی اطلاعات، آمارها و موارد مذکور نشان‌دهنده روند فعالیت حرفه‌ای، با ثبات، قابل اعتماد و رو به رشد بیمه پارسیان بوده، که به عنوان پشتوانه و حمایت‌گری توانمند، دنیا، دنیا آرامش را برای بیمه‌گذاران و مشتریان خود به ارمغان می‌آورد.



بازدید نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان از سایت کارخانه ایران خودروی خراسان

سرپرست منطقه شرق کشور ضمن خوشامدگی به جناب آقای اویار حسین و هیات همراه، گزارش کاملی از شرایط فروش منطقه شرق و مقایسه آن با سایر مناطق ارائه نمودند پس از آن نیز حسن پور رییس مجتمع بیمه‌ای مشهد ضمن خوشامدگویی گزارشی از شرایط مجتمع مشهد، زمان شروع بکار، میزان پرتفوی مکتسبه و درصد تحقق ۱۱۰ درصدی مربوط به آمار نه ماهه را خدمت حضار ارائه داد. پس از آن نیز خانم کریمیان معاون فنی مدیر عامل مواردی را در خصوص پرتفو و شرایط فروش بیان نمودند بعد از ایشان آقای فتحی سرپرست امور شعب، نمایندگان و کارگزاران در خصوص انتظارات مدیریت امور شعب از نمایندگان و بالعکس مواردی را مطرح و همچنین آقای اشرفی معاون فنی شرکت یاری رسان و سرپرست مدیریت درمان، عمر و حوادث گروهی، آقای برومند مدیر امور فروش و مشتریان خانم مشکانی مدیر محترم بیمه‌های آتش سوزی هر یک جداگانه مواردی را در حوزه مدیریت فنی خود بیان نمودند. پس از گفتگوی معاون و مدیران فنی، آقای اویار حسین نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل صحبت‌هایی را در خصوص شرایط و جایگاه بیمه پارسیان، سیاست‌های کلی و انتظارات بیمه پارسیان از مجموعه علی‌الخصوص نمایندگان بیان فرمودند و در پایان جلسه نیز مشکلات مطرح شده از طرف نمایندگان بررسی گردید و آقای اویار حسین دستورات مقتضی را به صورت موردی جهت بررسی و رفع مشکلات احتمالی صادر فرمودند.

در اواخر دی ماه ۱۳۹۷ آقای اویار حسین نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل بیمه پارسیان با هیات همراه در سفری دوازده روزه به مشهد مقدس عزیمت نمودند، در روز اول با مراجعه به سایت کارخانه ایران خودرو خراسان واقع در شهرک صنعتی بینالود ابتدا بازدید کلی از سایت ایران خودرو انجام پذیرفت و گزارش مبسوطی از روند تولیدات ایران خودرو خراسان توسط مدیران فنی ایران خودرو ارائه گردید و همزمان در خصوص نحوه فعالیت و بررسی ریسک‌های بیمه‌ای موجود بحث و تبادل نظر گردید، پس از بازدید میدانی جلسه‌ای با حضور آقایان اویار حسین و زاهدی‌فر مدیرعامل ایران خودرو خراسان و همراهان در محل سالن جلسات کارخانه ایران خودرو برگزار گردید ابتدا آقای زاهدی فر ضمن خیر مقدم در خصوص قراردادهای همکاری بیمه‌ای فی مابین و درخواست‌های مدیران و کارکنان کارخانه، مواردی را بیان داشتند و پس از آن آقای اویار حسین ضمن ارائه گزارش کاملی از شرایط صنعت بیمه در کشور و همچنین بیمه پارسیان، مواردی را در خصوص قراردادها و درخواست‌های اعلام شده بیان نمودند و در خصوص موارد فنی نیز به مدیران فنی بیمه پارسیان حاضر در جلسه دستور فرمودند موارد جزء به جزء در کمیته فنی بعد از جلسه کلی بررسی و گزارش جلسه به سمع و نظر ایشان رسانیده شود.

ایشان در دومین روز بازدید از استان خراسان رضوی دیدار با کارکنان، جلسه مشترکی با نمایندگان مجتمع مشهد برگزار که در این جلسه ابتدا لعل نظامی



برگزاری سمینار آموزشی بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری با حضور روسای شعب جنوب کشور

که منجر به افزایش توان فنی روسای شعب و بسیار مثبت دانسته و ادامه آن را در رشد و ارتقای خدمات به بیمه‌گذاران تاثیر گذار دانستند.

با توجه به تاکید مدیر عامل بیمه پارسیان بر لزوم افزایش سهم بیمه‌های زندگی در ترکیب پرتفوی شعب و مجتمع‌های بیمه‌ای، سمینار آموزشی بیمه‌های عمر سرمایه‌گذاری در تاریخ ۱۲ دی ماه در سالن آموزشی مجتمع بندرعباس برگزار گردید.



در این دوره که با حضور سرپرست منطقه جنوب کشور و کلیه روسا و سرپرستان مجتمع و شعب منطقه جنوب برگزار گردید آقای قلی زاده رییس اداره صدور عمر به تشریح مسائل مختلف در خصوص بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری پرداخت که در پایان این دوره شرکت‌کننده‌گان ضمن رضایت از برگزاری دوره‌های آموزشی در این سطح

بازدید نایب رییس هیات مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان از شعبه بابل

به مدیر عامل و سایر مدیران و کارکنان و نمایندگان اظهار نمود.

تهیه شده از عملکرد شعبه طی چند سال اخیر را ارایه و برنامه‌های آتی در جهت رشد و تعالی شعبه

در مورخه ۹۷/۱۰/۴ با حضور نایب رییس هیات مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان و برخی از مدیران و همچنین نمایندگان و کارکنان شعبه بابل جلسه هم‌اندیشی و بررسی مسائل و مشکلات و موانع و همچنین راهکارهای رفع موانع برگزار گردید.



در ابتدای جلسه آقای اشرفی سرپرست مدیریت درمان، حوادث و عمر گروهی در ارتباط با بیمه‌های درمان و مشکلات و رفع موانع در مدت تصدی خود مطالبی ایراد و سپس آقای فتحی سرپرست مدیریت امور شعب، نمایندگان و کارگزاران از اهداف جدید که همسویی با اهداف شرکت و رویه مدیریت مالی شرکت دارد صحبت و سپس مدیر بیمه‌های اتومبیل با نمایندگان در ارتباط با صدور بیمه‌های اتومبیل صحبت داشتند در انتهای جلسه آقای امیر حسین نیا رییس شعبه بابل گزارش



نایب رییس هیات مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان در بازدید از شعبه لاهیجان:

در برنامه راهبردی بیمه پارسیان به کیفیت بالای عملکرد شعب توجه ویژه‌ای شده است

چند سال اخیر، به تشویق همکاران و نمایندگان جهت گسترش و توسعه فروش با توجه به توانمندیهای موجود پرداخته و به تداوم رویه و افزایش تلاش و تعامل گروهی تاکید فرمودند.

در ادامه آقای فتاحی سرپرست مدیریت امور شعب، نمایندگان و کارگزاران نیز ضمن ایراد سخنانی در خصوص نحوه کنترل و مدیریت ریسک به گسترش شبکه فروش در مناطق تحت سرپرستی شعبه لاهیجان و افزایش سهم بازار، تاکید نمودند.

همچنین خانم یوسفی رییس شعبه لاهیجان با ارایه گزارش عملکرد کلی اعم از توصیف منطقه تحت سرپرستی و نیازهای موجود - ضریب خسارت و سهم از بازار و میزان سوددهی شعبه لاهیجان پرداخته و برنامه‌های آتی شعبه را در جهت گسترش و توسعه فروش مطابق با سیاستهای سازمان تشریح نمودند.

در پایان جناب آقای اویارحسین ضمن شنیدن مسائل مربوط به نمایندگان و همکاران شعبه لاهیجان، دستور بررسی و مرتفع نمودن آن را صادر و در خصوص اهمیت پیگیری بموقع مشکلات و اهتمام در رفع آن تاکید فرمودند.

همکاران و نمایندگان شعبه لاهیجان ضمن تشکر از تشریف فرمایی مقام مدیرعامل و تلاش موفق ایشان در جهت اعتلای برند پارسیان و همچنین دستور بررسی مسائل، از زحمات سرپرست مدیریت امور شعب و همچنین سایر مدیران فنی و ستادی در پیگیری موارد مطرحه، تشکر و قدردانی نمودند.



در تاریخ ۱۳۹۷/۱۱/۰۹ نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت بیمه پارسیان آقای اویارحسین به همراه تکی چند از مدیران شرکت نشست صمیمانه‌ای با سرپرست شعبه، پرسنل و شبکه فروش شعبه لاهیجان در مکان شعبه برگزار نمودند.

ایشان ضمن بازدید از مکان جدید شعبه با تاکید بر منافع ذینفعان اعم از بیمه گذاران، نمایندگان و سهامداران به اهمیت نقش نمایندگان و شعبه در عملکرد کلی شرکت اشاره و بیان نمودند: در برنامه راهبردی شرکت توجه ویژه و خاص به کیفیت عملکرد شرکت شده و این امر با کنترل مناسب ریسک، وصول بموقع مطالبات و تلاش جمعی میسر خواهد شد. آقای اویارحسینی ضمن اعلام رضایت از عملکرد شعبه لاهیجان در طی



نایب رییس هیات مدیره و مدیر عامل بیمه پارسیان در جمع همکاران مجتمع بیمه‌ای ساری حضور یافت

مجمع ساری؛ شرکت توزیع نیروی برق استان مازندران در محل آن شرکت برگزار شد. در این جلسه که مدیرعامل معاونین و مدیران شرکت مذکور حضور داشتند آقای اویار حسین مطالبی را در خصوص شرکت بیمه پارسیان و شرایط و جایگاه فعلی شرکت ایراد فرمودند و در پایان مراسم مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان مازندران از خدمات مجتمع ساری و همکاران تقدیر و تشکر به عمل آورده‌اند.

در روز سه شنبه مورخ ۹۷/۱۰/۴ نیز جلسه‌ای با حضور نمایندگان مجتمع ساری و شعبه قائم شهر در محل مجتمع تشکیل گردید و در این جلسه جناب اویار حسین مطالبی در خصوص وضعیت کنونی شرکت عنوان فرمودند در ادامه ایشان و هیات همراه به شعبه قائمشهر و بابل جهت بازدید و دیدار با همکاران عزیمت نمودند.

آقای اویار حسین نایب رییس هیات مدیره و مدیرعامل به همراه جمعی از مدیران شرکت روز یکشنبه مورخ ۹۷/۱۰/۲ وارد استان مازندران و مجتمع بیمه‌ای ساری شدند.

ایشان در روز دوشنبه مورخ ۹۷/۱۰/۳ در همایش هم اندیشی کاهش تلفات جاده‌ای چالش‌ها و راهکارها که با حضور دکتر سلیمانی رییس کل بیمه مرکزی، رییس صندوق تامین خسارت‌های بدنی کشور، مدیران عامل برخی شرکت‌های بیمه و سایر مقامات استانی در شهرستان ساری برگزار گردید شرکت و همچنین در پایان مراسم در افتتاحیه شعبه صندوق تامین خسارت‌های بدنی تنها شعبه در سطح کشور حضور یافتند.

در همان روز ضمن هماهنگی به عمل آمده جلسه‌ای با بیمه‌گذار بزرگ





تقدیر و تشکر جامعه خیرین مدرسه ساز و سازمان نوسازی توسعه و تجهیز مدارس کشور از بیمه پارسیان



در زلزله کرمانشاه در همایشی که در روز چهارشنبه پنجم دی ماه به همین نام در محل سالن همایش‌های هتل ارم برگزار گردید به بیمه پارسیان اهدا شد. لازم به ذکر است پس از وقوع زلزله سال گذشته در کرمانشاه بیمه پارسیان علاوه بر خدمات رسانی سریع به بیمه شدگان خود در این استان و اهدای کمک‌های غیر نقدی اقدام به ساخت ۲ باب مدرسه در مناطق روستایی آسیب دیده از زلزله نموده است که هر دو مدرسه در مراحل پایانی اجرا و ساخت می باشند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در این ارتباط، جامعه خیرین مدرسه ساز و سازمان نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس کشور نقش آفرینی و حضور به موقع و اثر بخش بیمه پارسیان در بازسازی فضاهای آموزشی آسیب دیده در زلزله سال گذشته استان کرمانشاه را شایسته حق شناسی دانسته و مراتب قدردانی خود را از احساس مسئولیت این شرکت در تعمیق پیوندهای عمیق اجتماعی و گسترش روحیه مشارکت و همبستگی ملی ابراز کردند. به دلیل این کار ارزشمند تندیس ویژه همایش تجلیل از خیرین مدرسه ساز

تقدیر و تشکر صدا و سیما استان گیلان و شرکت داروسازی سبحان انکولوژی از بیمه پارسیان



طی مراسمی سید مهدی مهدی‌نژاد، مدیریت امور اداری صدا و سیما استان گیلان و دکتر مهدی بلوچستانی مدیر عامل شرکت داروسازی سبحان انکولوژی ضمن تشکر و قدردانی از خدمات همکاران مجتمع بیمه‌ای پارسیان در شهر رشت به رییس این مجتمع لوح‌های تقدیری اهدا کردند.



دانشتنی‌های اطفاء حریق را بشناسید

بررسی مقاومت اجزای ساختمان

بخش پنجم: کتاب آتش سوزی نوشته آقای عزیزا... بیات

خطرات سرایت حریق از بیرون ساختمان‌ها

در مباحث قبلی وضعیت داخلی و بیرونی ساختمان‌ها در رابطه با وقوع آتش سوزی درون ساختمان مورد بررسی قرار گرفت، در این قسمت راجع به چگونگی سرایت آتش سوزی از ساختمان‌های اطراف و سایر منابع حریق خارجی سخن به میان می‌آید. تاکنون در نقاطی از جهان آنچنان آتش سوزی‌های گسترده‌ای در اثر سرایت حریق به وقوع پیوسته که در یک برهه اوضاع یک منطقه یا یک کشور را تحت تأثیر قرار داده است، آثار مصیبت بار اینگونه آتش سوزی‌ها به حدی بوده است که از آنها به عنوان فاجعه یاد می‌شود. در سال ۱۶۶۶، سرایت حریق ناشی از آتش گرفتن مقداری زغال سنگ موجب از بین رفتن حدود ۱۴۰۰۰ ساختمان و تعداد زیادی دروازه و پل در شهر لندن گردید. در حریق‌های سال‌های ۱۷۵۰ قسطنطنیه، ۱۷۵۶ مسکو، ۱۸۷۱ شیکاگو به ترتیب ۱۰۰۰۰، ۱۵۰۰۰ و حدود ۱۷۰۰۰ ساختمان نابود شد.

در کشور ما خوشبختانه هنوز آتش سوزی با چنان ابعادی رخ نداده است ولی با توجه به شرایط نا به هنجاری که در بعضی از مناطق شهری کشورمان وجود دارد هیچ تضمینی در مورد عدم بروز چنین حوادث فاجعه آمیزی در آتیه، وجود ندارد. اگر فرض کنیم احتمال توسعه حریق از طریق ساختمانهای مسکونی و اداری وجود ندارد، که حتما وجود دارد، حداقل آتش سوزی‌های فراتر از یک مغازه یا یک انبار که به خاطر عدم رعایت بسیاری از اصول و موازین ساختمان سازی در بازارها، خصوصا بازار تهران کراراً اتفاق افتاده می‌بایست تا بحال زنگ خطر را به صدا در آورده باشد. از یک سو وجود مقادیر معتناهی مواد آتشگیر که به طور فشرده و تنگاتنگ در سراها،

انبارها، کارگاهها و مغازه‌های بازار انبار شده، و از سوی دیگر باریکی و پریپیچ و خم بودن معابر ممکن است در یک شرایط غیرعادی، مثلا هنگام وزش باد شدید از یک حریق کوچک فاجعه‌ای بیافریند که در کشورهای دیگر هم از آن یاد کنند، لذا تا طعم تلخ چنین حوادث ناگواری چشیده نشده بسیار بجا و پسندیده است که مراجع ذیصلاح در این خصوص چاره‌ای بیاندیشند. نوع مالکیت در برطرف نمودن عوامل گسترش دهنده حریق نقش عمده‌ای را ایفاء می‌نماید، در مجتمع‌های مسکونی، تجاری و صنعتی که از مالکیت واحدی برخوردار هستند، تصمیم‌گیری مالک جهت کاهش احتمال سرایت آتش سوزی به آسانی جامه عمل به خود می‌پوشد در صورتی که اگر مجتمع یا منطقه‌ای اعم از مسکونی، تجاری یا صنعتی در اختیار مالکین متعدد قرار داشته باشد، وجود اختلاف نظر و اعمال سلیقه‌های مختلف کار را مشکل می‌کند. در هر صورت چنانچه اعمال نظرهای شخصی در ساختمان سازی و یا غیراصولی بودن بافت ساختمانی بعضی از مناطق جان و مال افراد و مالا سرمایه‌های مملکت را در معرض خطر قرار دهد، مصالح عامه ایجاب می‌نماید که مراجع صالحه با صدور دستورالعمل‌های قانونی در رفع این نقیصه کوشیده و در جهت نفع همگان گام بردارند، هر چند منافع عده معدودی در یک محدوده از زمان کاهش یابد. بطور کلی، برای حفظ ساختمان و محتویات آن از سرایت آتش سوزی‌هایی که در بیرون از ساختمان رخ می‌دهد، باید بین ساختمان موردنظر و ساختمان‌های دیگر به قدری فاصله وجود داشته باشد تا آتش نتواند از طریق اشعه‌های حرارتی، جابجایی و هدایت حرارت و با تکه‌های مشتعل که به هوا بلند

می‌شوند، از بیرون ساختمان به آن برسد، در غیر این صورت باید دیوارهای بیرونی و درب و پنجره‌های مربوط به آن از چنان مقاومتی برخوردار باشند که آتش نتواند از طریق آنها به داخل ساختمان نفوذ نماید.

عوامل مؤثر در سرایت حریق

کیفیت اجزای بیرونی ساختمان و فاصله و شرایط موجود میان ساختمانها از عوامل مؤثر در سرایت آتش سوزی می‌باشند.

۱- کیفیت اجزای بیرونی: به کارگیری مواد نامقاوم و آتشگیر در ساخت اجزای بیرونی، ساختمان را در معرض خطر قرار می‌دهد. با این که وجود درب و پنجره در دیوارهای بیرونی ساختمان‌ها، امری طبیعی می‌باشد، اما از نظر سرایت آتش سوزی هر یک از آنها به عنوان نقطه ضعف تلقی می‌گردد. آتش سوزی‌هایی که در خارج از ساختمان اتفاق می‌افتند معمولا از طریق بام چوبی، نورگیر شیشه‌ای، پنجره‌ها، تهویه کرک‌های چوبی و سایر نقاط ضعیف به درون ساختمان سرایت می‌کنند. سطح پنجره‌های دیوار تعداد زیادی از ساختمانها از سطح قسمت‌های آجری و سنگی دیوار بیشتر است یا در دیوار بعضی از ساختمان‌های مدرن آتقدر شیشه به کار رفته است که میتوان گفت دیوار کلاً شیشه‌ای است، چنین دیوارهایی احتمال سرایت آتش سوزی را به داخل ساختمان می‌افزایند و همچنین باعث می‌گردند تا آتش از یک طبقه به طبقات دیگر کشانیده شود. فضای باز میان ساختمان‌های چند طبقه چسبیده به یکدیگر که به عنوان نورگیر مورد استفاده قرار می‌گیرد از عوامل مهم سرایت آتش سوزی است، زیرا در دیوارهای آن تعداد زیادی پنجره نزدیک به هم قرار دارد که در صورت وقوع



مورد استفاده قرار می‌گیرند از لحاظ ساخت شبیه درب‌های مقاوم در مقابل حریق می‌باشند و اگر چه برای پنجره‌ها حفاظت قابل توجهی ایجاد می‌نمایند ولی دارای چندین ایراد هستند. اگر آنها در طول مدت شب بسته باشند در صورت وقوع حریق درون ساختمان، آتش از بیرون ساختمان قابل رؤیت نیست و چنانچه بطور منظم باز و بسته نشوند ممکن است هنگام لزوم، آثار تدریجی هوا و وجود اشغال مانع بسته شدن آنها گردد، همچنین احتمال دارد حرارت ناشی از آتش سوزی ساختمان مجاور آنقدر زیاد باشد که امکان نزدیک شدن و بستن آنها وجود نداشته باشد.

شیشه‌های مسلح به اندازه شاترهای مقاوم، حفاظت لازم را ایجاد نمی‌کنند ولی اشکالات و ایرادات مربوط به شاترها را هم ندارند، زیرا بدون لزوم باز و بسته شدن همیشه بر سر راه آتش مانع ایجاد می‌کنند. شیشه‌های مسلح که با قرار دادن شبکه‌ای از سیم بافته شده درون صفحه شیشه‌ای ساخته میشوند گرچه ممکن است در اثر حرارت زیاد ذوب شوند ولی قبل از ذوب شدن مانند شیشه‌های معمولی نمی‌شکنند بنابراین تا مدت زیادی مانع دخول شعله و مواد مشتعل به درون ساختمان می‌باشند و اگر آتش سوزی درون ساختمان اتفاق افتاده باشد از ورود هوای تازه به داخل که موجب گسترش آتش سوزی می‌گردد جلوگیری می‌کنند... ضخامت شیشه مسلح باید حداقل ۶ میلی‌متر و سطح هر یک از شبکه‌های سیمی حداکثر ۶ سانتیمتر مربع باشد و اندازه سطح شیشه از ۰/۲۵ متر مربع تجاوز ننماید.

ادامه دارد...

بری و یک لوازم التحریر فروشی، یا بین انبار مواد آتشگیر و یک مغازه خواربار فروشی چنین تصور شود که احتمال سرایت آتش سوزی در هیچ یک از دو مورد وجود ندارد ولی با فرض این که محوطه میان چوب بری و لوازم التحریر فروشی انباشته از چوب باشد و یا سطح بین انبار مواد آتشگیر و خواربار فروشی شبیدار باشد در صورت وقوع آتش سوزی در کارگاه چوب بری، به علت آتش گرفتن چوبهای موجود در بیرون از کارگاه احتمال سرایت حریق به لوازم التحریر فروشی وجود دارد و چنانچه در انبار مواد آتشگیر حریق اتفاق افتد، به علت واژگون شدن بشکه‌ها یا هنگام استفاده از آب جهت خاموش کردن آتش احتمال جریان یافتن مواد مشتعل به تنهایی یا همراه با جریان آب در سطح شبیدار به سمت خواربار فروشی وجود دارد. ملاحظه می‌شود که در هر یک از موارد فوق علی‌رغم وجود فاصله نسبتاً زیاد میان دو ساختمان امکان سرایت حریق وجود دارد. دلالتها و گذرگاه‌های محصور بین ساختمان‌ها اگر از مواد اشتعال پذیر ساخته شده باشند به توسعه آتش سوزی کمک می‌کنند. با نصب درب‌های مقاوم خود بسته شو در طرفین گذرگاه‌های محصور و اجتناب از نگهداری کالا درون آنها خطر سرایت حریق کاهش می‌یابد، نگهداری کالا و یا وسائط نقلیه در حیاط بین ساختمان‌هایی که احتمال وقوع آتش سوزی در آنها وجود دارد خطر سرایت حریق را افزایش میدهد.

روشهای کاهش خطر سرایت حریق

۱. حفاظت از قسمتهای بیرونی ساختمان

الف: حفاظت از پنجره‌ها بوسیله شاترهای غیر قابل احتراق و شیشه‌های مسلح: شاترهایی که برای حفاظت پنجره‌ها

آتش سوزی، فاصله کم میان پنجره‌ها و عمل دودکش مانند نورگیر، باعث سرایت سریع آتش سوزی می‌شود. ۲- فاصله میان ساختمان‌ها: ساختمان‌ها یا به یکدیگر چسبیده‌اند و دارای دیوار مشترک می‌باشند و یا این که از یکدیگر جدا هستند.

الف: ساختمانهای چسبیده به یکدیگر: هنگامی که ارتفاع ساختمان‌های چسبیده به هم یک اندازه است، محتمل ترین طریق سرایت حریق «از بامی به بام دیگر» است که بر این اساس لازم است دیوارهای مشترک تا ارتفاعی بالاتر از سطح بام امتداد یابند. اگر ارتفاع ساختمان‌ها یکسان نباشد احتمال فروریختن قسمت مرتفعتر ساختمان بلند بر بام ساختمان کوتاه وجود دارد و چنانچه حریق در ساختمان کوتاه تر اتفاق بیافتد پنجره‌های ساختمان بلند که بر ساختمان کوتاه مشرف می‌باشند، نقاط آسیب پذیر ساختمان بلند به حساب می‌آیند.

ب: ساختمانهای جدا از یکدیگر: با در نظر گرفتن ارتفاع ساختمان‌ها، تعداد پنجره‌ها، میزان حفاظت از پنجره‌ها، قابلیت آتشگیری محتویات، مقاومت اجزای بیرونی و نوع استفاده، فاصله امن ساختمان‌ها از یکدیگر تعیین می‌گردد. میزان عبور اشعه‌های حرارتی به داخل ساختمان به سطح شیشه پنجره‌ها بستگی دارد، بنابراین هر چه سطح و تعداد پنجره‌ها بیشتر باشد این فاصله نیز باید زیادتر باشد.

۳- شرایط موجود بین ساختمانها: بدون در نظر گرفتن وضعیت بین ساختمان‌ها نمی‌توان دقیقاً راجع به امکان یا عدم امکان سرایت حریق اظهار نظر نمود. ممکن است با در نظر گرفتن فاصله نسبتاً زیاد بین یک کارگاه چوب

دستگاه حفاری تونل: (Tunnel boring machine)

- سرعت پیشروی بالا
- عملیات پیوسته
- تخریب کمتر سنگ
- ایمنی بیشتر
- توان عملیات مکانیزه
- اندازه یکسان خاک‌های حفاری شده
- **معایب استفاده از دستگاه حفاری تی بی ام**
- مقطع دایره‌ای ثابت
- انعطاف‌پذیری محدود در برابر مشکلات زمین
- نیاز به سرمایه زیاد دارد
- نیاز به زمان تجهیز طولانی تر نسبت به سایر ماشین آلات حفار تونل

شیوه حرکت دستگاه تی بی ام

ماشین‌های حفار تونل از یک واحد اصلی مجهز به بدنه خارجی و یک قطعه داخلی و همچنین تریلر ویژه‌ای که مخصوص نصب و حمل تجهیزات پشتیبانی می‌باشد تشکیل گردیده است. قطعه داخلی ماشین دارای یک ساختمان مکعب مستطیل است و از فولاد بسیار محکم ساخته شده که مجموعه سر مته دورانی دستگاه و بلبرینگ اصلی و سیستم حرکتی رو به جلو بر روی آن تعبیه گردیده و به صورت طولی حرکت سر مته را داخل بدنه اصلی امکان پذیر می‌نماید. بدنه خارجی دستگاه توسط جک‌های هیدرولیکی که در دو طرف بدنه آن قرار گرفته‌اند به دیوار تونل محکم می‌شود که این خود عامل استقرار دستگاه در یک نقطه و حرکت طولی قطعه درونی جهت اعمال فشار و انتقال نیرو به وسیله سر مته دوار به سینه کار در حین عملیات حفاری می‌گردد. سر مته حفاری مجهز به دیسک‌های برنده و بیل‌های مخصوص جمع آوری سنگ‌های خرد شده از سینه کار و هدایت آن‌ها بر روی نوار نقاله می‌باشد. این نوار نقاله یا از داخل بدنه میانی ماشین عبور می‌نماید و یا در بالای آن قرار می‌گیرد. معمولاً طول این نوار نقاله می‌تواند بر اساس نیاز دستگاه متغیر باشد.

دستگاه حفاری تونل که به TBM نیز شهرت دارد، نوعی ماشین غول پیکر است که تقریباً در تمام حفاری‌های تونل از آن استفاده می‌شود. دستگاه‌های تی بی ام یکی از مهمترین ماشین آلات حفار تونل می‌باشد که قادرند تونل را به صورت تمام مقطع حفر کنند.

این دستگاه با مته‌هایش و حرکت چرخشی که دارد با حفر تونل پیش می‌رود امروزه در سنگ‌های نسبتاً سخت نیز برای حفر تونل از این ماشین‌ها استفاده می‌کنند.

از این دستگاه غول پیکر برای حفر تونل‌هایی با مقطع دایره‌ای که قطری بیش از ۱ متر دارند استفاده می‌شود.

بیشترین قطر دستگاه تی بی ام ۱۵/۴۳ متر است که برای پروژه‌های در شانگهای چین ساخته شده است. البته در پروژه خاک و سنگ‌های محل نرم بوده، اما برای سنگ‌های سخت بیشترین قطر ۱۴/۴ متر بوده است. به طور معمول سرعت چرخش این نوع دستگاه‌ها بین ۱ تا ۱۰ دور در دقیقه است که بستگی به نوع خاک دارد.

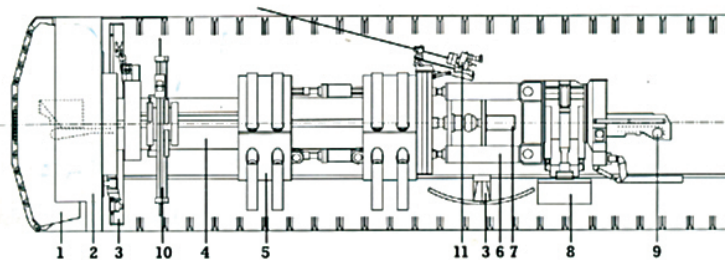
در روش‌های قدیمی که با استفاده از انفجار و مته زنی تونل زده می‌شد باعث مشکلاتی در محیط‌های اطراف و همچنین باعث نامنظم بودن تونل کنده می‌شد اما با استفاده از این دستگاه علاوه بر اینکه هیچ یک از دو مشکل ذکر شده وجود ندارد، باعث کم شدن هزینه ساخت می‌شود. یکی از ویژگی‌های خوب دستگاه‌ها صرفه اقتصادی ندارد.

ساخت دستگاه‌های TBM بسیار گران است و همچنین امکان جابجایی زیادی ندارند به همین دلیل شاید برای پروژه‌های کوچک استفاده از این دستگاه‌ها گرانتر از روش سنتی باشد، اما برای پروژه‌های بزرگ و تونل‌های طولانی‌تر به دلیل دقت در انجام پروژه و کاهش زمان پروژه این اختلاف قیمت جبران می‌شود.

تی بی ام‌ها به طور اساسی به دو دسته زیر تقسیم بندی شده:

- تی بی ام‌های مخصوص حفاری در سنگ
- تی بی ام‌های مخصوص حفاری در زمین‌های سست.

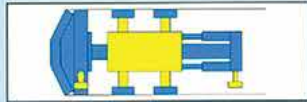
مزایای استفاده از دستگاه تی بی ام



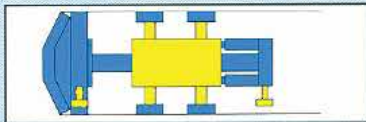
۱. سر مته اصلی ۲. سپر محافظ سر مته با تنظیم هیدرولیکی ۳. سیستم ایجاد توازن و جابجایی در جلو ۴. بدنه داخلی ۵. بدنه خارجی (تشکیل شده از دو قطعه کاشک جک و سیلندرهای قابل تنظیم هیدرولیکی) ۶. سیلندرهای هیدرولیکی جلو برنده ۷. نیروی محرکه سر مته دورانی ۸. سیستم ایجاد توازن در انتها ۹. نوار نقاله ۱۰. دستگاه حفاری جهت ایجاد گمانه‌های سفلی ۱۱. ماشین حفاری برای تحکیم سنگهای شکسته شده



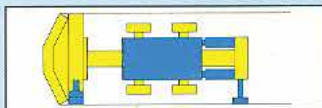
شیوه حرکت دستگاه (سیکل جابجایی)



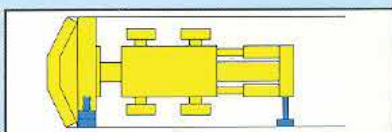
۱- سیلندرهای نگهدارنده در حالت تکیه به دیواره تونل (شروع حفاری)



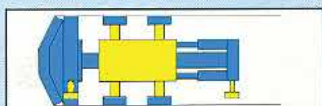
۲- پایان یک مرحله حفاری و توقف برای جابجایی بدنه اصلی جهت شروع مرحله بعد



۳- سیلندرهای ابتدا و انتهای دستگاه برای ایجاد توازن از محل خارج و سپس سیلندرهای نگهدارنده آزاد شده و بدنه خارجی به آهستگی به پشت سر مته هدایت می‌گردد.



۴- ماشین در حالت توازن کامل با استفاده از چکهای انتهایی



۵- سیلندرهای نگهدارنده در حالت تکیه به دیواره تونل. آزاد شدن چکهای توازن



حفریک رشته ازدورشته تونل با دستگاه تونل

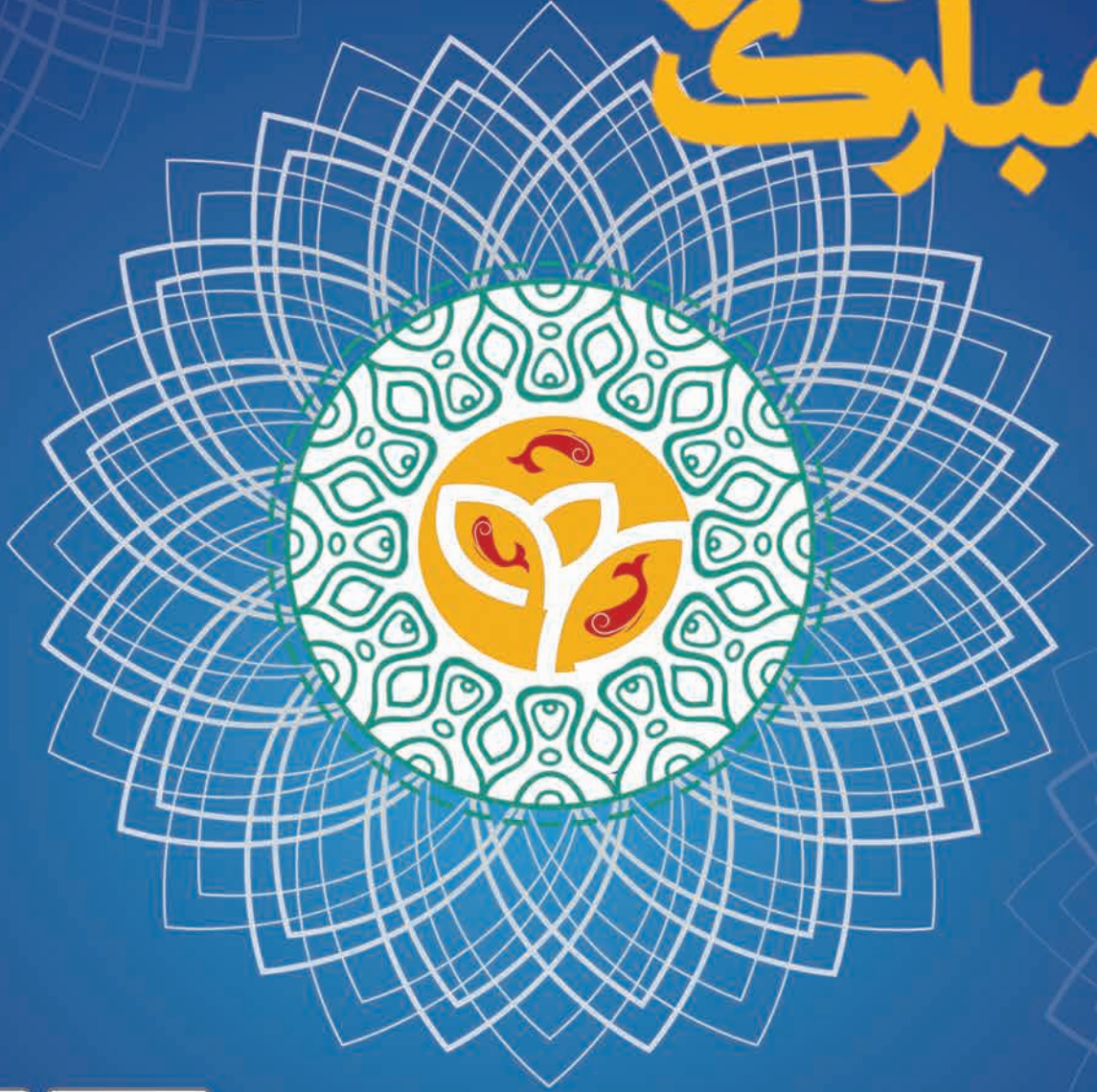


نمایی از کاترتی بی ام که تیغه‌های متفاوتی برای حفرتونل مورد استفاده قرارگرفته‌اند



نمونه‌ای از یک دستگاه تی بی ام باز که معمولاً برای حفاری در سنگهای سخت ترو غیرریزشی استفاده می‌شود

سال نو مبارک



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان

تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از

بلوار میرداماد، خیابان قبادیان غربی

پلاک ۲۲ مرکز ارتباطات : ۸۲۵۹

www.parsianinsurance.ir

ارایه و صدور انواع بیمه نامه ها



تجلیل از نمایندگان برتر بیمه پارسیان در شهر اراک به مناسبت روز بیمه



در مورخ ۹۷/۹/۱۲ طی مراسمی با هماهنگی شرکت‌های بیمه جهت بزرگداشت روز بیمه برگزار گردید از سه نفر از نمایندگان مجتمع اراک (مریم نظری نماینده دلجان و پوریا افضلی و شقایق نوایی) که دارای پرتفوی و ضریب خسارت مناسبی بودند تجلیل به عمل آمد.

تبریک روز بیمه به مدیریت و کارکنان بیمه پارسیان از طرف روزنامه خراسان



سازمان مشاوره و تبلیغات خراسان در صفحه اول روزنامه خراسان ضمن تبریک روز بیمه به ریاست و کارکنان شرکت بیمه پارسیان، آرزوی موفقیت برای این شرکت در سال آتی بیمه‌ای کرد.

نماینده بیمه پارسیان حامی مسابقات قوی‌ترین مردان استان مرکزی



نماینده آقای پوریا افضلی در مورخ ۹۷/۹/۱۵ به عنوان حامی مالی مسابقات قوی‌ترین مردان استان مرکزی اقدام به برگزاری این مسابقات نمود که در پایان با حضور ایشان و جاسب ملکی به عنوان رئیس مجتمع بیمه‌ای اراک جوایز نفرات برتر اهدا گردید.

برگزاری کارگاه‌های آموزش "تکنیک‌های بازاریابی و فروش بیمه‌های زندگی"



از نقاط قوت برگزاری دوره‌های مذکور، تشکیل کارگاه و تدریس به روش ایفای نقش بود که این امر ضمن کمک به برگزاری کاربردی و عملی دوره و درگیری هر چه بیشتر شرکت‌کنندگان با موضوعات مطرح شده در دوره، ایشان را در ارایه هرچه بهتر خدمات بیمه عمر در جلسات بازاریابی با مشتریان، توانمند می‌سازد. شایان ذکر است دوره‌های برگزار شده توسط هر دو مدرس محترم از نظر نمایندگان حاضر در دوره‌ها بسیار مثبت ارزیابی گردیده و حاکی از رضایت ۹۴ درصدی ایشان از نحوه تدریس و عملکرد مدرسین می‌باشد. همچنین مجتمع‌ها و شعب سرپرستی با ارایه بازخورد مثبت از عملکرد و افزایش میزان فروش نمایندگانی که در دوره شرکت نموده‌اند، خواستار برگزاری مستمر دوره مذکور گردیدند.

در دوره‌ها به شرح زیر می‌باشند:

۱. کلیاتی در باب ماهیت بیمه‌های عمر
۲. هدف‌گذاری، برنامه‌ریزی و ایجاد انگیزه برای رسیدن به موفقیت
۳. کاربرد مسائل فنی بیمه‌های عمر در بازاریابی و فروش
۴. نحوه ارتباط صحیح، الگوی صحیح مشاوره و پاسخگویی به مشتری و حفظ ارتباط با وی
۵. لزوم شناخت ابعاد رفتاری افراد و نحوه مواجهه و مشاوره به افراد بر اساس ویژگی‌های شخصیتی ایشان
۶. فنون مذاکره
۷. نحوه تیم‌سازی و جذب بازاریاب
۸. ایجاد باشگاه مشتریان نمایندگی

در راستای درخواست مدیریت بیمه‌های عمر انفرادی و درمان مسافرتی، سرپرستان مناطق و همچنین تعداد کثیری از مجتمع‌ها و شعب بیمه‌های درجهت افزایش آگاهی، ارتقای انگیزش و در نتیجه افزایش میزان فروش بیمه‌های زندگی نمایندگان، با تأیید و مساعدت نایب رییس هیأت مدیره و مدیرعامل و همچنین عضو هیأت مدیره و معاون اداری و مالی مقرر گردید متعاقب برگزاری دوره‌های آموزش فنی عمر انفرادی برای نمایندگان، دوره آموزش "تکنیک‌های بازاریابی و فروش بیمه‌های زندگی" نیز متناسب با نیازهای هر منطقه، طراحی، برنامه ریزی و اجرا گردد. به همین منظور، در کنار همکاران اداره توسعه فروش بیمه‌های عمر انفرادی، از دو نماینده برتر کشور طی چندین سال متوالی در حوزه فروش بیمه‌های عمر آقای مسعود خباز مافی نژاد (نماینده ۵۲۱۰۹۰) و آقای علی اصغر آرام (نماینده ۵۱۹۳۳۰) - دعوت گردید تا اداره آموزش را در این امر یاری نموده و به عنوان مدرس در دوره‌های آموزشی برنامه‌ریزی شده حضور و تجارب کاری مرتبط خویش در حوزه بازاریابی و فروش را با نمایندگان حاضر در دوره‌ها در میان بگذارند. با همکاری ایشان، اداره آموزش موفق به برگزاری ۲۵ دوره با مجموع ۴/۵۷۹ نفر - ساعت آموزشی برای نمایندگان تحت سرپرستی مجتمع‌ها و شعب غرب، مرکز، شرق، شمیران، صنعت، پونک، تبریز، سبزوار، زاهدان، ساری، قائمشهر، آمل، بابل، بجنورد، نیشابور، رشت، لاهیجان، بندرانزلی و ایلام در ۶ ماهه دوم سال ۹۷ گردید. اهم موضوعات ارایه شده

ردیف	مخاطبین	تعداد دوره	نفر - ساعت آموزشی
۱	نمایندگان تحت سرپرستی مجتمع غرب	۴	۳۴۸
۲	نمایندگان تحت سرپرستی مجتمع تبریز	۲	۴۳۲
۳	نمایندگان تحت سرپرستی شعب شمیران و صنعت	۴	۹۲۶
۴	نمایندگان تحت سرپرستی مجتمع شعبه شرق و پونک	۱	۱۰۸
۵	نمایندگان تحت سرپرستی مجتمع شعبه مرکز و پونک	۱	۱۶۲
۶	نمایندگان تحت سرپرستی شعبه سبزوار	۱	۱۹۶
۷	نمایندگان تحت سرپرستی مجتمع زاهدان	۱	۷۵
۸	نمایندگان تحت سرپرستی مجتمع شعب ساری، قائمشهر و آمل	۱	۳۳۶
۹	نمایندگان تحت سرپرستی مجتمع بجنورد	۱	۱۰۲
۱۰	نمایندگان تحت سرپرستی شعبه نیشابور	۱	۱۳۸
۱۱	نمایندگان تحت سرپرستی شعب آمل و بابل	۱	۵۲۵
۱۲	نمایندگان تحت سرپرستی مجتمع ساری	۱	۳۲۸
۱۳	نمایندگان تحت سرپرستی مجتمع رشت	۱	۱۸۰
۱۴	نمایندگان تحت سرپرستی مجتمع‌ها شعبه مرکز، شرق و پونک	۳	۵۶۲
۱۵	نمایندگان تحت سرپرستی مجتمع شعب رشت، بندر انزلی و لاهیجان	۱	۹۶
۱۶	نمایندگان تحت سرپرستی شعبه ایلام	۱	۶۵
	مجموع	۲۵	۴.۵۷۹



پرداخت اصولی و سریع خسارت رمزپایداری و پیشرفت شرکت‌های بیمه

نادر فتحي كاوه، رييس مجتمع خرم آباد

امروزه، در شرکت‌های بازرگانی و خدماتی فعال در بازارهای رقابتی، مشتری مداری پایه و اساس حرکت و بقای سازمان‌ها است و به عبارت دیگر تمامی راه‌های حفظ و بقای یک سازمان و بنگاه اقتصادی، به حفظ و ارتقای وفاداری به مشتریان و مطمئن ساختن آنان از امکان دستیابی شان به خدمات موردنظرشان در کوتاه‌ترین زمان ممکن و با بهترین کیفیت ختم می‌شود که این موضوع در خصوص شرکت‌های بیمه بازرگانی به صورت پرداخت خسارت به بیمه‌گذاران جلوه می‌کند. همان‌گونه که می‌دانیم محصول بیمه از آن دسته کالاهای فیزیکی نیست که ماهیت و کیفیت محصول در زمان معامله قابل لمس باشد، بلکه یک محصول تعهدی است؛ یعنی تعهد به انجام عملی: فروش تامين ضمانت پرداخت خسارت در آینده در مقابل تعهد بیمه‌گذار در زمان حال به پرداخت حق بیمه. بنابراین، اصولاً هدف اصلی رویکرد بیمه‌گذاران به شرکت‌های بیمه، دریافت خسارت‌های متناسب با زیان‌هایی است که بر اثر حوادث و سوانح گوناگون ناخواسته، نصیب شان می‌شود و لاجرم مدتی فعالیت‌هایشان را دچار وقفه می‌کند که این وقفه در تولید، هرچه طولانی‌تر باشد، به همان نسبت بر حجم خسارت بیمه‌گذاران می‌افزاید. از این رو است که تسریع در پرداخت خسارت بیمه‌شدگان از سوی شرکت‌های بیمه، نه تنها محدود به منافع بیمه‌گذاران بلکه در مجموع از نظر حفظ منافع ملی اهمیت دارد و اصولاً امکان انجام وظایف شرکت‌های بیمه را در قبال کمک به استمرار فعالیت‌ها در واحدهای تولیدی و صنعتی کشور از طریق پرداخت خسارت‌های احتمالی آن‌ها فراهم می‌سازد.

بهبود کمی و کیفی روند پرداخت خسارت تنها بیمه‌گذاران عمده در بر نمی‌گیرد، بلکه در خصوص بیمه‌گذاران جزء که به عبارت روشن‌تر، آحاد افراد کشورند، نیز اهمیت دارد و در نهایت سبب جلب رضایت خاطر آنان و جذب بیمه‌گذاران جدید از این طریق می‌شود و توسعه صنعت بیمه در کشور و افزایش ضریب نفوذ آن از جمله دستاوردهای تسریع در پرداخت خسارت بیمه‌گذاران است.

بدیهی است شرکت‌های بازرگانی و خدماتی به تناسب نوع فعالیت‌هایشان باید خدمات پس از فروش مطلوب و مورد انتظار مشتریانشان را در اسرع وقت ارائه دهند که این مورد در خصوص شرکت‌های بیمه بازرگانی، «پرداخت خسارت» است. پرداخت خسارت باید به صورت شفاف و از طریق آموزش و به کارگیری نیروهای کارآمد و متعهد و همچنین ایجاد یک بانک اطلاعات خسارت بیمه‌گذاران در رشته‌های گوناگون بیمه‌ای با ارائه خدمات فراگیر یک پارچه و همگرایی در پرداخت خسارت و نیز کاهش کاغذ بازی معمول اداری صورت گیرد. طبیعتاً مشتری بیمه‌گذار ما هنگام مراجعه برای دریافت خسارت روحیه یک مشتری عادی را که برای خرید جنسی به مغازه می‌رود، ندارد و در نظر گرفتن شرایط روحی او از ناحیه بیمه‌گر ضروری است و نیز از آنجا که انتظار از جمله فرآیندهای سخت و قدری غیرقابل تحمل در هر امری است ضرورت دارد ضمن کوتاه کردن مدت زمان دریافت خسارت، در ساعات انتظار مشتری در دفاتر بیمه‌ای نیز از طرف شرکت‌های بیمه گر دل مشغولی یا سرگرمی‌های مناسبی همچون نمایش فیلم یا مطالعه مجله یا پذیرایی از مشتری در نظر گرفته شود.

نکته مهم دیگر این که پرداخت خسارت حتی الامکان بدون تعطیلی و ۲۴ ساعته

باشد. یافته‌های کارشناسان نشان می‌دهد پرداخت سریع و به موقع خسارت بیمه‌شدگان و کیفیت بالای خدمات مرتبط با آن، ضمن آنکه به نحو چشمگیری می‌تواند به افزایش شمار مشتریان شرکت‌های بیمه کمک کند، قادر است آنان را متقاعد سازد تا بیمه‌نامه‌های موردنیازشان را با نرخ بالاتری بخرند و از بابت حق بیمه‌های بیشتری که می‌پردازند، در ازای خدمات بهتر و سریع‌تری که دریافت می‌دارند، شکوه و شکایتی نداشته باشند. چون اگر حق بیمه‌ها هر قدر کاهش یابد، اما پرداخت خسارت به بیمه‌گذاران به شکل و شیوه دلخواه نباشد، ثمره‌ای به جز نارضایتی مشتریان شرکت‌های بیمه ندارد و گاه، می‌تواند زیان‌های غیرقابل جبرانی را به آن‌ها وارد کند.

پرداخت به موقع خسارت بیمه‌گذاران از منظر عدالت اجتماعی هم قابل تامل و بررسی است، چرا که با جبران خسارت مالی و تامين امنیت خاطر اقشار گوناگون مردم، زمینه برای توسعه عدالت اجتماعی مساعد می‌شود و در عین حال بیمه‌گذاران از آسیب‌ها و ضربه‌های روحی و روانی اقتصادی ناشی از بروز حوادث و بیماری‌ها در امان می‌مانند. ناگفته پیداست حفظ بیمه‌گذاران موجود مشکل‌تر از جذب بیمه‌گذاران جدید است و این در شرایطی است که بیمه‌گذاران به جای حرف‌ها و شعارهای شرکت‌های بیمه، به عملکرد آن‌ها به ویژه به هنگام پرداخت خسارت توجه دارند. از این روست که اغلب بیمه‌گذاران در گفت و گو با اقوام و دوستان و همکارانشان، بیمه‌گرانی را معرفی می‌کنند که در عمل خسارت‌هایشان را واقعی‌تر و در زمان کوتاه‌تری پرداخت کرده‌اند. عکس آن نیز صادق است تا آن‌جا که تبلیغ منفی تنها یک بیمه‌گذار درباره چگونگی پرداخت خسارت از سوی یک شرکت بیمه می‌تواند تا ۲۰ مشتری را از مراجعه به آن شرکت بیمه پشیمان و منصرف کند که اگر شمار مشتریان ناراضی یک بیمه‌گر بسیار باشد، به سرانجام کار آن می‌توان پی برد.

هرچند شرکت‌های بیمه بازرگانی در کشورمان در سالیان اخیر دگرگونی‌هایی را در پرداخت خسارت‌هایشان ایجاد کرده‌اند و زمان آن را به شکل قابل ملاحظه‌ای پایین آورده‌اند، اما در عین حال نمی‌توان پذیرفت که وضعیت فعلی پرداخت خسارت با وضعیت دلخواه فاصله ندارد و تمامی سعی و تلاش دست اندرکاران صنعت بیمه باید صرف پر کردن این فاصله شود.

برخی از مسئولان پرداخت خسارت در شرکت‌های بیمه ممکن است از سر دلسوزی و با انگیزه حفظ منافع شرکت‌ها در پرداخت خسارت به بیمه‌گذاران، سختگیری‌های بی‌مورد و غیر منطقی اعمال کنند و این گمان را داشته باشند که با این کار، به سودآوری بیشتر شرکت‌های متبوعشان کمک می‌کنند، حال آنکه چنین نیست و در نهایت ناراضی ساختن بیمه‌گذاران به دلیل عدم دریافت حقوق قانونی شان نه تنها به نفع شرکت‌های بیمه نیست، بلکه به زیان آنها است و به جز لطمه زدن به اعتبار آن‌ها و کاهش مشتریان و پرتفوی شرکت‌های بیمه ثمری ندارد.

در شرایط حاضر، کارشناسی و پرداخت خسارت از حساسیت‌ها و اهمیت بسیاری برخوردار است، چرا که مسئولان واحدهای خسارت شرکت‌ها ضمن آنکه باید منافع اصولی سازمانشان را تمام و کمال حفظ کنند، ضروری است در اسرع وقت نیز بکشند که لازمه آن هم برخورداری از توان و دانش حرفه‌ای کافی، ایمان و وفاداری به سازمان و در عین حال اعتقاد به مشتری مداری و نتایج مثبت آن در حفظ و تداوم فعالیت‌های شرکت‌های بیمه است.

ضمن آنکه انتخاب ریسک‌های مناسب به هنگام صدور بیمه‌نامه‌ها و راهنمایی و هدایت بیمه‌گذاران به سوی خرید بیمه‌نامه‌های کامل و متناسب با سرمایه، یک هدف بسیار ضروری است و راه را برای کاشناسی و پرداخت مطلوب خسارت به بیمه‌گذاران و جلب رضایت آنان هموار می‌سازد و به تقویت تعامل شرکت‌های بیمه و بیمه‌گذاران می‌انجامد.

منبع: سایت پیام بیمه

استفاده از داده کاوی در جذب نسل‌های جدید مشتریان و شناسایی مشتریان بالقوه

حسین لعل نظامی، سرپرست منطقه شرق کشور



چکیده:

امروزه حضور پر تعداد شرکت‌های بیمه در کشور و عدم استفاده از نوآوری در تشخیص نیازهای بیمه‌گزاران و استفاده از روش‌های سنتی در فروش موجب عدم افزایش ضریب نفوذ بیمه و عدم گسترش فرهنگ بیمه‌ای به نحو مطلوب در کشور شده است لذا استفاده از داده کاوی در تجزیه و تحلیل نیازها و سلیقه بیمه‌ای بیمه‌گزاران می‌تواند یاریگر شرکت‌های بیمه‌گر در جهت شناسایی بهتر نیازهای بیمه‌ای و جذب و نگهداشت آنها باشد.

در این مقاله سعی شده است از روش داده کاوی در شناسایی مشتریان بالقوه و تشخیص نیاز آنها و ارائه محصول مطابق با نیاز و تبدیل مشتریان بالقوه به مشتریان بالفعل ارایه دهد، لذا با تحقیقات صورت گرفته و با استفاده از داده کاوی در شبکه‌های اجتماعی و یا نرم افزارهای اینترنتی مشخص گردید هر گروه از افراد در هر منطقه از کشور و یا در هراستان و به طور مشخص در محله محله از شهر با توجه به وضعیت مالی و فرهنگی و دغدغه‌های اجتماعی و خانوادگی نیازمند نوعی از بیمه نامه می‌باشد که با تمرکز بر روی یک یا چند محصول بیمه‌ای خاص در یک جامعه و یا محل برگزیده میتوان راحتتر نیاز مشتری را برآورده و خدمات بیمه‌ای مورد نیاز را در جهت انتفاع اجتماعی و اقتصادی افراد ارایه نمود و در ادامه هدف شرکت بیمه‌گر در فروش محصول خود را محقق نمود. همچنین در این مقاله داده کاوی به عنوان یک راهنمای موثر در جهت شناسایی مشتریان بالقوه و ایجاد مزیت رقابتی برای نسل‌های جدید مشتری و افزایش سود و بقای سازمان‌ها معرفی می‌گردد.

در صنعت بیمه شرکت‌های بیمه‌گر نیز میتوانند از تکنیک‌های داده کاوی برای شناسایی نوع بیمه مورد نیاز مشتری، میزان تمایل افراد آن جامعه به یک نوع بیمه خاص، دغدغه‌های افراد آن جامعه در کسب بیمه مورد نیاز، تعیین میزان حق بیمه

پرداختی (قیمت گذاری)، تاثیر جنسیت در گرایش به سمت محصولات بیمه‌ای مشخص، شناسایی مشتریان بالقوه با توجه به اعتقادات مذهبی و فرهنگ آن منطقه، شناسایی انتظارات افراد یک جامعه از صنعت بیمه، حتی رنگ مورد علاقه بیمه نامه و یا جلد روی بیمه نامه جهت ایجاد رضایت بیشتر، بررسی عادات و پیش زمینه‌های ذهنی نسبت به آم و نام شرکت جهت برند سازی و ... و یافتن راه‌های نوینی برای عرضه محصولات بیمه‌ای رقابتی به پایگاه مشتریان فعلی خود و مشتریان بالقوه استفاده کنند.

کلمات کلیدی: داده کاوی، ضریب نفوذ بیمه، نوآوری، مشتریان بالقوه

مقدمه:

رقابت در عصر امروز که هرشرکتی جهت افزایش فروش و یا بقاء خود در حال ایجاد مزیت‌های رقابتی جدید جهت مشتریان خود با توجه به نیازهای آنها می‌باشد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و ایجاد مزیت رقابتی جدید ممکن نخواهد شد مگر با شناسایی نیازها، سلاقی و کشف و تحلیل و بهره برداری از الگوهای رفتارمشتریان و تاثیر آن بر شناسایی مشتریان بالقوه و نیازهای بیمه‌ای افراد با استفاده از داده‌های بدست آمده از مشتری (داده کاوی).

شاید تا کنون زیاد دیده یا شنیده باشید در هر جا که صحبت از مشکلات صنعت بیمه صحبت به میان می‌آید نبود فرهنگ بیمه مناسب نبود قوانین جامع و کامل بیمه‌ای و یا عدم وجود محصولات بیمه‌ای متناسب با نیاز مشتری مطرح می‌شود. که در این بین مساله عدم وجود محصولات بیمه‌ای متناسب با نیاز و سلیقه مشتری بیشتر خود نمایی می‌کند. لذا در این پژوهش با بهره گیری از متخصصان و با تجربگان صنعت بیمه و همچنین بکارگیری مطالعات و پژوهش‌های قبلی و تحقیقات بعمل آمده در این راستا سعی شد رفتارهای پنهان و سلیقه مشتری



اصلی ترین دلیلی که باعث شد داده کاوی کانون توجهات در صنعت اطلاعات قرار بگیرد، مساله در دسترس بودن حجم وسیعی از داده‌ها و نیاز شدید به اینکه از این داده‌ها اطلاعات و دانش سودمند استخراج کنیم. اطلاعات و دانش بدست آمده در کاربردهای وسیعی از مدیریت کسب و کار و کنترل تولید و تحلیل بازار تا طراحی مهندسی و تحقیقات علمی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

پیشرفت‌های بوجود آمده در جمع‌آوری داده‌ها و قابلیت‌های ذخیره سازی در طی دهه‌های اخیر باعث شده در بسیاری از علوم با حجم بزرگی از اطلاعات روبرو شویم. داده کاوی کوششی برای بدست آوردن اطلاعات مفید از میان این داده‌هاست و رشد بی رویه ی داده‌ها در سطح جهان اهمیت داده کاوی را دو چندان کرده است. آقای دیگری در نوشته ی خود با عنوان سازمان برانزده و شایسته بر این باور است که سازمانها باید حالت سازگاری به خود بگیرند سازمان خوب و شایسته آن است که محیط را درک کند. اطلاعات و آگاهی‌های بایسته را به سرعت آماده سازد سریع پاسخ دهد از تجربه‌ها بیاموزد و در طرح و ساخت خود بازنگری کند. (دیگرین - ۱۹۸۲ ص: ۲۱۱) روند رو به رشد تکنولوژی و رقابت فشرده در صنایع و سازمان‌های تولیدی و خدماتی مختلف ضرورت نوآوری و استفاده از اطلاعات و داده‌ای مشتریان را اجتناب ناپذیر گردانیده است و سازمانهایی موفق هستند که خود را با این روند تطبیق دهند در غیر اینصورت محکوم به شکست می‌باشند، نوآوری و شناسایی رفتار مشتریان یک امر و نیاز زیربنایی شرکت‌های ارایه دهنده خدمات و محصول است.

نوآوری

نوآوری، بکارگیری ایده‌های نوین ناشی از خلاقیت است، در واقع به پیاده ساختن ایده ناشی از خلاقیت که به صورت یک محصول یا خدمت ارایه می‌شود نوآوری می‌گویند.

اهمیت نوآوری ایجاد تغییر در محصولات یا خدمات و نیز تغییر در روش خلق و عرضه آنها، با هدف پاسخگویی به بازارهای جدید و نیازهای متغیر مشتریان است. انجام این تغییرات نیازمند کشف خصوصیات و رفتارهای مشتری و پیاده سازی آنها در محصولات و خدمات قبل ارایه می‌باشد.

برای تحقق این هدف، نگاه‌های اقتصادی باید دانش، مهارت‌های فناورانه و تجربه کافی را در مدیریت فرایند نوآوری برخوردار باشند.

مایکل پورتر درباره ماهیت نوآوری می‌گوید: شرکت‌ها با نوآوری به مزیت رقابتی دست می‌یابند که هم فناوری‌های جدید و روش‌های جدید انجام کارها را در بر می‌گیرد.

نوآوری صرفاً درباره محصولات تولیدی نیست. حتی شرکت‌های بیمه گر که خدماتی هستند نیز می‌توانند در ارایه محصول و جذب مشتری از نوآوری استفاده نمایند تا مزیت رقابت بیشتری را برای خود و بیمه گزاران زیر مجموعه فراهم نمایند. بنابراین فضای زیادی برای نوآوری در این بخش وجود دارد. و از آنجایی که شرکت‌های خدماتی سرمایه کمتری را نسبت به شرکت‌های تولید محصول جهت نوآوری درگیر می‌نمایند بنابراین می‌توانند در این بخش بسیار موثرتر عمل نمایند. و شرکت‌های بیمه گری که خدمات بیمه‌ای خود را نیز بصورت آنلاین ارایه می‌نمایند می‌توانند در این مورد پیشقدم شده و دریچه‌ای جدید را بسمت صنعت بیمه باز نمایند و مدیران شرکت‌های بیمه گر حتی نیز می‌توانند با نوآوری در فرآیند صدور و خسارت و یا فرآیند رفتارهای سازمانی کارکنان و نمایندگان تغییری شگرف در ارتباط

در ارایه محصول و همچنین پوشش‌های بیمه‌ای مورد نیاز مشتریان، میزان تمایل افراد یک جامعه نسبت به یک محصول خاص بیمه‌ای، تعیین میزان حق بیمه پرداختی، آشنایی با دغدغه‌های بیمه‌ای افراد یک جامعه و... شناسایی و مورد بررسی قرار گیرد. ابزاری که میتوان در این راستا استفاده نمود شبکه‌های اجتماعی، استارت آپ‌ها، نرم افزارهای بیمه‌ای و... می‌باشد که پس از اخذ داده‌های مورد نیاز و تجزیه و تحلیل داده‌ها، محصول مورد توجه و نیاز مشتری ارایه و در ادامه نیز مشتریان بالقوه نیز شناسایی گردند.

داده کاوی :

داده کاوی چیست؟ داده کاوی یعنی استخراج اطلاعات گرانها از حجم عظیم داده! داده کاوی با شناسایی خصوصیات و الگوهای رفتارمشتریان به ارایه خدمات و محصولات مناسب تر به کمک می‌نماید.

داده کاوی علم و فنی است که در سالهای اخیر و با گسترش استفاده از فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی مورد توجه سازمان‌ها قرار گرفت. داده کاوی کاربردهای مختلفی برای سازمان‌ها دارد و می‌تواند برای شرکت‌ها در زمینه‌های مهمی مثل بازاریابی و فروش بسیار راهگشا و مفید باشد.

دانش داده کاوی امروزه با پیشرفت صنعت پردازنده‌ها و امکان ذخیره سازی بازاریابی و تحلیل داده‌ها رونق بسیاری پیدا کرده و جوابگوی بسیاری از سوالات و نیازهای محققین و مدیران کسب و کارهای کوچک و بزرگ دستگاه‌های حکومتی و حتی افراد عادی شده است این دانش با بهره گیری از علوم مختلف همچون آمار ریاضیات و هوش مصنوعی پاسخ گوی نیازهای جدیدی از جمله پیش بینی و کشف الگوهای پنهان در داده‌ها است باتوجه به رقابت فشرده در بازار و گزینه‌های متنوعی از محصولات و خدمات که پیش روی مشتریان قرار دارد تحلیل رفتار مشتریان عامل بسیار مهمی برای بقای بنگاه‌ها تلقی می‌شود نظر به موارد مذکور یکی از موثرترین ابزارهای بررسی رفتار مشتریان داده کاوی است در این مقاله به کاربرد داده کاوی در کشف تحلیل و بهره برداری از الگوهای رفتارمشتریان و تاثیرات آن در مدیریت ارتباط با مشتریان می‌پردازیم و در ادامه به این مهم که داده کاوی چگونه با شناسایی خصوصیات و الگوهای رفتارمشتریان به ارایه خدمات و محصولات مناسب تر کمک می‌نماید پرداخته میشود همچنین در این مقاله داده کاوی به عنوان یک راهنمای موثر در جهت مزیت رقابتی افزایش سود و بقای سازمان‌ها معرفی می‌گردد.

شرکت‌های فعال در صنعت خرده‌فروشی، بانک‌ها، تولیدکنندگان، مراکز ارایه‌دهنده خدمات مخابراتی، بیمه‌گرها و غیره، از داده کاوی برای شناسایی روابط موجود میان همه چیز استفاده می‌کنند؛ از قیمت‌گذاری، تبلیغات و جمعیت‌شناسی مخاطبان گرفته تا درک این موضوع که چگونه اقتصاد، ریسک، رقابت و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند بر مدل‌های کسب‌وکار، درآمدزایی و عملیات تجاری آنها اثرگذار باشد.

در صنعت بیمه نیز شرکت‌های بیمه گر میتوانند از تکنیک‌های داده کاوی برای شناسایی نوع بیمه مورد نیاز، تمایل افراد آن جامعه به یک نوع بیمه خاص، دغدغه‌های افراد آن جامعه در کسب بیمه مورد نیاز، میزان حق بیمه پرداختی در صورت تمایل (قیمت گذاری)، گرایش به سمت محصولات بیمه‌ای با توجه به جنسیت، شناسایی مشتریان بالقوه با توجه به اعتقادات مذهبی و فرهنگ آن منطقه، شناسایی انتظارات افراد یک جامعه از صنعت بیمه و... و یافتن راه‌های نوینی برای عرضه محصولات بیمه‌ای رقابتی به پایگاه مشتریان فعلی خود و مشتریان بالقوه استفاده کنند.

با دینفعان سازمان ایجاد نموده و نوآوری را در سازمان خود گسترش و بهبود دهند. نوآوری دارای چهار بعد می‌باشد:

نوآوری در محصول: تغییر کالا یا خدماتی که یک سازمان عرضه می‌کند.

نوآوری در فرایند: تغییر روش‌های خلق و عرضه محصولات و خدمات.

نوآوری در موقعیت: تغییر زمینه‌ای که کالا یا خدمت در آن عرضه می‌شود.

نوآوری در پارادایم: تغییر مدل ذهنی که منطق رفتارهای سازمان را تشکیل می‌دهد. فرآیند نوآوری مانند یک قیف است به طوری که در ابتدا فرصت‌های مختلف برای نوآوری جستجو و پالایش می‌شود و سپس فرصت‌های مناسب انتخاب و در مرحله بعدی به اجرا گذاشته شده و در نهایت به تصمیم‌گیری در خصوص نحوه بهره‌مند شدن از ارزش‌های آن تصمیم‌گیری می‌شود.

مشتری بالقوه

در یک تعریف ساده می‌توان گفت: مشتری بالقوه کسی است که به محصول ما نیاز دارد و جزو مشتریان ما قرار می‌گیرد.

شناسایی مشتریان بالقوه اولین و مهم‌ترین گام در جذب مشتری است بدین ترتیب می‌بایست بر اساس اطلاعات حاصله از داده‌های رفتارهای پنهان و سلیقه افراد جامعه را بررسی و میزان تمایل افراد جامعه به خرید محصول مد نظر قرار گیرد و اگر این مهم به نحو شایسته و مطلوب انجام شود الباقی مراحل جذب مشتری و فروش محصول به راحتی طی خواهد شد.

مشارکت جدی و دقیق رقباي مختلف و استفاده حجیم آنان از سیستم‌های شبکه‌ای و نو آفرانه، موقعیت رقابتی شرکت‌ها را در شرایط حساسی قرار گرفته است و از آنجا که روش‌های سنتی در تجزیه و تحلیل داده‌ها دیگر کارایی موثری ندارند، لازم است با تغییر نگرش در جذب مشتری راهکار دیگری جایگزین شود و در این راستا روش داده‌های کاوی روشی است که در این فضای رقابتی، افزایش فروش و جذب مشتری که از دغدغه‌های اصلی بنگاه‌های اقتصادی است را بهبود و توسعه می‌دهند.

روش تحقیق:

این مقاله به روش توصیفی و مصاحبه صورت پذیرفته و جهت نیل به اهداف، داده‌ها از طریق مطالعه مقالات، مجلات و سایت‌های معتبر داخلی و همچنین مصاحبه با ۱۶ نفر از صاحب‌نظران در حوزه بیمه و فن آوری اطلاعات گردآوری گردیده است که ۱۴ نفر آنها مرد و ۲ نفر زن و ۹ نفر آنها دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۷ نفر دارای مدرک کارشناسی بوده‌اند. این پژوهش ضمن تعریف داده کاوی، نوآوری و مشتری بالقوه به تحلیل چگونگی افزایش فروش از طریق جمع‌آوری داده در خصوص سلیقه و رفتار مشتریان و همچنین شناسایی مشتریان بالقوه اشاره دارد.

نتیجه‌گیری:

امروزه بدون نوآوری و عدم استفاده از شیوه‌های نوین در جهت شناسایی رفتار و سلیقه مشتریان که منجر به بهبود فروش و ایجاد ارزش افزوده برای بیمه‌گذاران در سازمان گردد، اساساً شرکت‌های بیمه گریا با عقب افتادگی از بازار مواجه خواهند شد و یا توان رقابت را شرکت‌های رقیب را نخواهد داشت. بنابراین در پژوهش حاضر تلاش شد با بکارگیری نظرات صاحب‌نظران این عرصه و پژوهش‌های قبلی،

مدلی جهت شناسایی موارد مورد نظر بیمه‌گذاران و شناسایی مشتریان بالقوه با روش داده‌کاوی در شرکت‌های بیمه گر صورت گیرد و در نهایت موجب افزایش بیمه‌گذار و تبعاً افزایش فروش در شرکت‌های بیمه گردد. با توجه به کمترین اقدام که در رابطه با شناسایی مطلوبیت‌های بیمه‌گذاران و محصولات بیمه‌ای وجود دارد لازم است که در این حوزه‌ها توجه بیشتری صورت گیرد. بدیهی است که ضعف شرکت‌های بیمه در استفاده از داده‌کاوی، کاهش ارتباطات با بیمه‌گذاران بالفعل در عرصه خدمات بیمه‌ای و نبود یک واحد فعال تحقیق و توسعه در شرکت‌های بیمه را نیز می‌توان از علل اصلی کاهش توانمندی شرکت‌های بیمه در جهت شناسایی سلیقه بیمه‌گذاران خود دانست. که در این صورت می‌توان با برداشتن هر کدام از موانع فوق‌گامه‌های مهم و اساسی در جهت تقویت فرهنگ بیمه‌ای در مردم و فروش انواع بیمه در شرکت برداشت و ساختارها و فرآیندهای کاری را متحول نمود و در نهایت امید است که بتوان سطح نوآوری و استفاده از روش داده‌کاوی را برای بهبود فرهنگ بیمه‌ای جامعه و بهبود شرایط شرکت‌های بیمه با بکارگیری روش داده‌کاوی در شناسایی بیمه‌های مورد نیاز افراد جامعه و شناسایی بیمه‌گذاران بالقوه مورد استفاده قرارداد که در این محبت نقش مدیران سازمانی ای که حامی روش‌های جدید شناسایی بیمه‌گذاران بالقوه باشد بعنوان یکی از مهم‌ترین عوامل ذکر می‌گردد.

منابع:

کتاب:

۱- اسماعیلی، م؛ ۱۳۹۱. مفاهیم و تکنیک‌های داده‌کاوی

<http://www.irstu.com/?p=13971>

۱۳۹۷/۰۷/۲۸

۲- پاول، ر، تیم، ۱۳۹۴. پنجاه روش جذب مشتری. مترجم مجید پور فیض. ناشر

مردنیز

مقاله:

۳- خدادادی حسینی، ح؛ ۱۳۷۸. "نوع آوری در سازمان‌ها: مفهوم انواع و فرآیندها

http://jmfr.srbia.ac.ir/article_6683

۱۳۹۷/۰۷/۲۸

۴- قورچیان، و. باهوش، ح. درخشنده، م. فرآیند جذب مشتری و افزایش فروش

از منظر بازاریابی عصبی.

https://www.civilica.com/Paper-ICMNG01-ICMNG01_108.html

۱۳۹۷/۰۷/۲۸

۵- شاه حسینی، ع. ۱۳۸۷. نوآوری و کارآفرینی.

<https://ketabfarsi.ir>

۱۳۹۷/۰۷/۲۸

۶- روزبه، ۱۳۹۷. داده‌کاوی چیست. نشریه دایکه.

<http://www.dayche.com/data-mining-definition>

۱۳۹۷/۰۷/۲۸

۷- نصیری، ا. تعریف مشتری بالقوه و راهکارهای جذب مشتری.

<http://ehsannasiri.com>

۱۳۹۷/۰۷/۲۸



ضرورت حسابرسی داخلی در شرکت‌های بیمه

امیررحیمی، رئیس اداره حسابرسی شعب

اثر بخشی و کارایی عملکرد و در نهایت افزایش بازده اقتصادی و ثروت صاحبان سهام قرار داشته است؟ با عنایت به اینکه بیمه مرکزی ایران از یک سو به نمایندگی از سوی دولت، متصدی تعمیر و توسعه امر بیمه و نظارت بر عملکرد شرکت‌های بیمه بوده و از سوی دیگر در چهارچوب قرارداد بیمه‌های اتکایی اجباری متعهد به پذیرش بخشی از ریسک‌های عهده شرکت‌های بیمه می‌باشد، لذا گزارش حسابرسی عملیاتی این سازمان با سه رویکرد تهیه و ارائه خواهد شد.

در رویکرد اول، میزان رعایت استانداردها و الزامات بیمه گری از سوی شرکت‌های بیمه مورد توجه می‌باشد.

بیمه مرکزی باید به اندازه کافی از عملکرد شرکت‌های بیمه آگاه باشد چرا که مهمترین مسئولیت این سازمان، ایجاد اطمینان نسبت به اعتبار، شفافیت و کیفیت گزارش‌های مالی شرکت‌های بیمه در راستای استقرار نظام جامع نظارت مالی است.

همچنین شفافیت و کیفیت گزارش گری مالی شرکت‌های بیمه در اتکاپذیری، جامعیت، دقت، بموقع بودن و بدون هرگونه ابهام و دستکاری در صورت‌های مالی این شرکت‌ها مصداق پیدا می‌کند.

منبع: برگرفته از پژوهشکده بیمه مرکزی

چشم انداز صنعت بیمه جمهوری اسلامی و با توجه به حجم فعالیت و ریسک موجود در شرکت‌های بیمه و سوء استفاده‌های اخیر بوجود آمده در صنعت بیمه، وجود واحد حسابرسی داخلی اثر بخش در شرکت‌های بیمه را توجیه و الزامی می‌نماید.

حسابرسی عملیاتی در تعریف علمی به معنای «فرایند منظم و روشمند ارزیابی اثربخشی، کارایی و صرفه اقتصادی عملیات سازمان و گزارش نتایج ارزیابی، همراه با پیشنهادهای عملی به اشخاص ذیصلاح برای بهبود عملیات» است.

حسابرسی عملیاتی در پی پاسخ به این سؤال است که آیا فعالیت‌های عملیاتی در مسیر صرفه و صلاح، اثربخشی و کارایی عملکرد، دستیابی کمی و کیفی به اهداف راهبردی و در نهایت افزایش بازده اقتصادی و ثروت صاحبان سهام قرار داشته است؟ همچنین حسابرسی عملیاتی از طریق مقایسه و ارزیابی عملکرد با اهداف برنامه ریزی شده و کسب بازخورد از سطح تغییرات یا علل انحرافات در شاخص‌های عملکرد، موجب تسهیل امر تصمیم گیری و اولویت بندی اهداف در جهت بهبود اقدامات و رفع چالش‌های احتمالی می‌گردد.

حسابرسی عملیاتی در پی پاسخ به این سؤال است که آیا فعالیت‌های عملیاتی و حتی غیر عملیاتی در کلیه سطوح ساختار سازمانی در مسیر صرفه و صلاح،

سیستم اطلاعات مالی در هر صنعت، با ارایه ی اطلاعات مربوط به وضعیت‌های مالی مربوطه، به مدیران و مسئولان، در امر اتخاذ تصمیمی صحیح و کارآمد در مورد عملکردهای آتی آن صنعت خاص، کمک شایانی می‌نماید. تصمیم مدیران و مسئولان در صورتی منجر به عملکردهای آتی مثبتی می‌شود که مبتنی بر اطلاعات جامع و معتبر باشد. برای کسب اطمینان مبنی بر اعتبار و جامع بودن اطلاعات کاربردی در امر اتخاذ تصمیمی کارا به بازنگری اطلاعات مالی با انجام حسابرسی داخلی ضرورت می‌یابد. صنعت بیمه از جمله صنعت‌هایی است که این امر در آن موثر می‌باشد. در نتیجه، حسابرسی عملی مثبت برای تمامی صنعت و شرکت‌هاست که منجر به اتخاذ تصمیماتی کارآمد و موثر در مورد عملکردهای آتی می‌گردد.

افزایش رقابت در بازار بیمه و سیاست‌های توسعه‌ای در صنعت بیمه منجر به افزایش و گسترده‌گی شبکه فروش در شرکت‌های بیمه گردیده است که این امر نیازمند افزایش کنترل‌های داخلی موثر از طریق اعمال حسابرسی داخلی است. حال با در نظر داشتن این موضوع که تمامی شرکت‌های بیمه خصوصی به صورت سهامی عام دایر شده‌اند و مضافاً اینکه سهام تعدادی از آنها در بورس اوراق بهادار داد و ستد می‌شود و همچنین الزامات و تاکیدات بیمه مرکزی در سند





تسلیت

متأسفانه با خبر شدیم همکارانمان آقای محمد حسن زاده، آقای سعید مهري، آقای موسی محمدی، آقای علی زینعلی، آقای حسین ترابی، آقای امین فقیه، آقای فرهاد باقری، آقای علیرضا عراقی و آقای محمد علی موسوی فر در غم از دست دادن عزیزانشان به سوگ نشسته‌اند. نشریه چتر ضمن همدردی با این همکاران گرمی برای آنها و خانواده محترمشان از درگاه باری تعالی طلب صبر و بردباری می‌نماید.

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

■ شعبه لاهیجان: کمربندی لاهیجان - روبروی مجموعه ورزشی مهر - ساختمان آژنک به بلوار امام رضا - نبش مجتمع مسکونی گلستان
تلفن ۰۱۳۱۴۲۴۲۵۱۶۴ الی ۶

■ مجتمع بیمه‌ای همدان: انتهای خیابان هنرستان - پایین تر از کوچه مدیریت - پلاک ۲۸۸
تلفن ۳۸۳۲۰۳۲۸ و ۳۸۳۲۰۱۸۰ و ۳۸۳۲۰۵۲۹

■ مجتمع بیمه‌ای تبریز: تبریز - جاده ائل گلی - فلکه خیام - نبش فلکه رجایی شهر

انتصاب‌های جدید در بیمه پارسیان

طی احکامی از سوی آقای اوپار حسین، نایب رییس محترم هیات مدیره و مدیرعامل، همکاران جدیدی در سمت‌های سازمانی مختلف منصوب شدند:

نام و نام خانوادگی	سمت
آقای کامران فرهاد سرشت	سرپرست معاونت مدیر بیمه‌های عمر انفرادی و درمان مسافرتی
خانم سیمین نصراللهی	سرپرست اداره اطلاعات و ارتباطات
خانم رخساره نوروزیا	سرپرست اداره برنامه ریزی و تبلیغات

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



لغات انگلیسی تخصصی بیمه

برگرفته از کتاب فرهنگ اصطلاحات بیمه نوشته هادی اوپار حسین

لغت	ترجمه
Inherent vice	عیب ذاتی
Inner limits	محدودیت پرداخت خسارت
Installation premium	حق بیمه قسطی
Institute of London underwriters (ILU)	انستیتوی بیمه گران لندن
Institute time clauses (hulls)	بیمه بدنه کشتی برای مدت معین
Insurance	بیمه
Insurance company	شرکت بیمه
Insurance document	اسناد بیمه
Insurance interest	نفع بیمه
Insurance law	حقوق بیمه
Insurance of persons	بیمه اشخاص
Insurance term and condition	شرایط بیمه نامه
Insured	بیمه شده
Insurer	بیمه گر
Interest rate	نرخ بهره
Investment portion of the premium	بخشی از حق بیمه که سرمایه گذاری می‌شود
Invoice	سیاهه خرید/ فاکتور خرید
Inward	اتکایی قبولی/ قبولی از خارج
Inward facultative reinsurance	بیمه اتکایی قبولی اختیاری
Inward reinsurance	بیمه اتکایی قبولی (از خارج)
Inward treaty portfolio	پرتفوی بیمه اتکایی قبولی قراردادی
Iran insurer syndicate	سندیکای بیمه گران ایران
Issued and renewed	صادر و تمدید شده
Jettison	ریختن کالا در دریا/ سبک سازی کشتی
Jurisdiction	صلاحیت دادگاه



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسین



ارایه و صدور انواع بیمه نامه های باربری

www.parsianinsurance.ir



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان



بیمه نامه عمر و سرمایه گذاری

www.parsianinsurance.ir