

همراهی با تیم ۴۳۹۴؛ یک پیشنهاد جذاب



صفحه ۲



فروش در بحران



صفحه ۶

ماهنامه داخلی نوینی باش (نشریه تخصصی نمایندگی بیمه نوین کد ۴۳۹۴) - دوره اول - شماره هشتم - بهمن ۱۴۰۱

ضرورت بیمه های عمر برای پزشکان و کادر درمان

صفحه ۷



پرونده ویژه:

چگونگی فروش بیمه در شرایط بحران اجتماعی و سیاسی؛

گفت و گوی اختصاصی با

دکتر مجید حیدری چروده





رضا امیرزاده - سردبیر

ورود محصول جدید بیمه نوین به بازار

بیمه درمان تکمیلی انفرادی و خانواده

تأمین هزینه‌های درمانی در سطح خانواده، همواره یکی از دغدغه‌های بسیار جدی تمامی خانواده‌های ایرانی بوده است. مسأله‌ی تأمین هزینه‌های درمانی و برخورداری از بیمه درمانی، نه تنها در کشور ایران، بلکه در تمامی کشورهای جهان از جمله کشورهای توسعه‌یافته، یکی از ضروری‌ترین و حیاتی‌ترین مسائل خانواده محسوب می‌شود.

در کشور ایران، از آنجا که بسیاری از افراد هیچ‌گونه بیمه‌ی درمانی پایه ندارند و نیز با توجه به اینکه بیمه‌های درمانی پایه نظیر بیمه تأمین اجتماعی، بیمه سلامت، بیمه خدمات درمانی و ... تنها بخش کوچکی از هزینه‌های درمان را تأمین می‌کنند، تأمین هزینه‌های درمانی خانواده، با چالش‌های بیشتری نیز مواجه است. به ویژه در سال‌های اخیر با افزایش بسیار چشمگیر هزینه‌های درمان که از پیامدهای شرایط نابه‌سامان اقتصاد کشور و تحریم‌های شدید اقتصادی بوده است، این مسأله را به بحرانی در سطح خانواده‌های ایرانی تبدیل کرده است.

در نتیجه بسیاری از خانواده‌های ایرانی همواره در پی یافتن بیمه‌ای درمانی و یا بیمه‌ای تکمیلی جهت جبران هزینه‌های درمانی خود هستند. از آنجا که شرکت‌های بیمه بازرگانی، غالباً بیمه درمان تکمیلی انفرادی را تنها در قالب گروهی و برای پرسنل سازمان‌ها و مؤسسات ارائه می‌کنند، لذا صدور بیمه درمان انفرادی برای یک فرد یا یک خانواده، برای افرادی که به دنبال این مهم هستند، به راحتی امکان‌پذیر نخواهد بود.

ادامه در صفحه ۸ ←

همراهی با تیم ۴۳۹۴؛ یک پیشنهاد جذاب

پردازش و خلاقیت ذهن فروشندگان و افزایش توانایی آن‌ها در سخن‌وری می‌پردازد. در یکی از این جلسات هفتگی، اعضای تیم به دو گروه تقسیم شده و در قالب دو گروه کارآفرین به تمرین ارائه‌ی محصولی خاص جهت جذب سرمایه پرداخته و در این زمینه با یکدیگر به رقابت پرداختند. هدف از برگزاری این کارگاه، علاوه بر تقویت مهارت‌های سخن‌وری و توانایی دفاع از محصول، افزایش قدرت تفکر و طراحی محصول و جامع‌نگری بوده است.

در یکی دیگر از این جلسات و در ادامه‌ی برگزاری مسابقات مناظره میان اعضای تیم ۴۳۹۴، دو تن از اعضای تیم ۴۳۹۴ به مناظره با یکدیگر پرداختند. هدف از برگزاری این مناظرات، تقویت مهارت سخن‌وری، تقویت قدرت استدلال، تقویت مهارت شنوندگی مؤثر و افزایش تحمل شنیدن سخن مخالف در اعضای تیم است.

در یکی دیگر از این جلسات هفتگی نیز اعضای تیم، به تماشای فیلم انگیزشی و بسیار جذاب Forrest Gump نشستند. این فیلم داستان پسر کم‌هوش و کم‌توانی است که با پرداختن به روزمرگی‌ها و زندگی شخصی و علایق خود، مسیری پر از اتفاقات جذاب و مهیج را طی نموده و تبدیل به یکی از ثروتمندترین افراد



کشور آمریکا شده و تمامی آنچه را که در زندگی مشتاق به دست آوردن آن بوده است، به دست می‌آورد. این فیلم نامزد دریافت ۱۶ جایزه‌ی اسکار بوده و موفق به دریافت ۶ جایزه‌ی اسکار نیز شده است.

تیم ۴۳۹۴ در یک سال و نیم گذشته بیش از ۶۳ جلسه‌ی متوالی هفتگی را با حضور اعضای تیم برگزار نموده و یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه‌ی فعالیت‌های تیم ۴۳۹۴، استمرار در این فعالیت‌های جذاب و مهیج بوده است که موجب همدلی روزافزون اعضای تیم ۴۳۹۴ و تعلق خاطر آن‌ها به این مجموعه گردیده است.

در کار تیمی، عوامل بی‌شماری وجود دارد که باید دست به دست یکدیگر دهند تا یک تیم کاری را تبدیل به محیطی جذاب و پرهیجان برای فعالیت نموده و انگیزه‌ی کافی را برای فعالیت تمامی اعضای تیم فراهم نماید. برخی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر همبستگی اعضای تیم و وفاداری آنان به تیم و مجموعه، توجه دائمی به ابعاد مختلف شخصیت و رفتار اعضای تیم است.

تیم ۴۳۹۴ در یک سال و نیم گذشته بیش از ۶۳ جلسه‌ی متوالی هفتگی را با حضور اعضای تیم برگزار نموده و یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه‌ی فعالیت‌های تیم ۴۳۹۴، استمرار در این فعالیت‌های جذاب و مهیج بوده است

بی‌شک هر انسانی کار و فعالیت اقتصادی خود را با هدف افزایش رفاه در زندگی شخصی و لذت بیشتر از لحظه‌های زندگی خود انجام می‌دهد. بنابراین همراه ساختن کار و فعالیت اقتصادی با افزایش لذت‌های زندگی می‌تواند یکی از مهم‌ترین عوامل جذابیت محیط کار برای اعضای یک تیم باشد. اگر افراد در همان محیطی که به کار و فعالیت اقتصادی مشغول هستند، امکان برخورداری از تفریحات و هیجانات و لذت‌های تیمی و دسته‌جمعی را داشته باشند، بی‌شک علاوه بر افزایش میزان همدلی اعضای تیم و هم‌افزایی میان فعالیت آن‌ها موجب تعلق خاطر اعضای تیم به مجموعه و افزایش راندمان کاری آن‌ها نیز می‌گردد.

تیم ۴۳۹۴ نیز با همین هدف در یک ماه گذشته، در ادامه‌ی جلسات هفتگی و مستمر خود، توسعه‌ی فردی تمامی اعضای تیم را در ابعاد مختلف در دستور کار قرار داده است.

در یک ماه گذشته، تیم ۴۳۹۴، در جلسات هفتگی خود که در روزهای سه‌شنبه‌ی هر هفته به صورت متوالی و بی‌وقفه با حضور تمامی اعضای تیم برگزار می‌گردد، اقدام به برگزاری سه جلسه در محل دفتر تیم ۴۳۹۴ نموده است.

در این جلسات، اعضای تیم ۴۳۹۴، به تمرین مؤثر و کارگاهی در حوزه‌ی افزایش مهارت سخن‌وری پرداخته و مهارت‌های سخن‌وری را تمرین کردند. کارگاه سخن‌وری در تیم ۴۳۹۴ با روش‌های نوین و با روش‌هایی مشارکتی و جذاب به تقویت مهارت داستان-

جای شما در
تیم ما
خالست



شماره تماس
۰۹۳۷۹۳۷۳۷۶۱

تیم ۴۳۹۴





چگونگی فروش بیمه

در شرایط بحران اجتماعی و سیاسی



جامعه‌ی ایران، در چند ماه گذشته، به شکل ویژه‌ای از شرایط عادی خارج شده و وارد روزهای پرتلاطم و متشنجی شده است. روزهایی که بی‌ثباتی اقتصاد نیز به ناآرامی‌های اجتماعی دامن زده و موجب تشویش‌ها و اضطراب‌های دامنه‌داری در هر یک از شهروندان کشورمان شده است. در شرایطی که بخش بزرگی از جامعه، از روزمرگی‌های خود فاصله گرفته است، بسیاری از مشاغل نیز دچار آسیب‌های جدی شده‌اند. به ویژه کسب‌وکارهایی که در ارتباط مستقیم با مردم قرار دارند، در چند ماه اخیر با تناقض‌ها و دشواری‌های فراوانی مواجه شده‌اند. فروشندگی و به‌طور خاص فروشندگی بیمه نیز از جمله مشاغلی است که در مواجهه‌ی مستقیم با مردم دچار مشکلات پر دامنه‌ای شده است و بسیاری از فروشندگان در ماه‌های اخیر با تعطیلی کسب‌وکار خود روبه‌رو شده‌اند. لذا مدیریت این شرایط بحرانی برای فروشندگان، یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر محسوب می‌شود.

بدین منظور در این شماره از نشریه‌ی «نوینی‌باش» با محقق، پژوهشگر و دکترای رشته‌ی جامعه‌شناسی؛ جناب آقای دکتر مجید حیدری چروده که استاد جامعه‌شناسی در دانشگاه فردوسی مشهد بوده و از نمایندگان شرکت بیمه نوین نیز محسوب می‌شوند، در محل دفتر ایشان به گفت‌وگو نشستیم و این مسأله را مورد بحث قرار دادیم. در ادامه شما را به مطالعه‌ی این گفت‌وگوی جذاب دعوت می‌کنیم.

نوینی‌باش: فارغ از تمامی جناح‌بندی‌های سیاسی، در چند ماه گذشته کشور دچار مسائلی شده که به گونه‌ای تمام افشار جامعه را درگیر خود کرده است. اتفاقات و اعتراض‌های گسترده‌ی اخیر و دامنه‌های آن موجب شده است که بخشی از جامعه‌ی ایران که در گذشته بیشتر با مجریان قانون تقابل داشتند، در چند ماه اخیر با نهاد قانون دچار مشکل و تقابل شده‌اند و در نتیجه نوعی تمایل به قانون‌گریزی در جامعه شکل گرفته است. شما ریشه‌های این مسأله را در چه مسائلی می‌بینید و ادامه‌ی این شرایط به نظر شما چه پیامدهایی را برای جامعه‌ی ایران خواهد داشت؟

حیدری: در یک جامعه، هنگامی که مردم می‌خواهند مشکلی را میان خود حل کنند، قواعدی عرفی را برای آن به وجود می‌آورند. به عنوان مثال ۲۰۰ یا ۳۰۰ سال پیش قانون چندی وجود نداشته، اما بسیاری از مشکلات مردم در مواجهه با مسائل مختلف نظیر مبادلات تجاری یا قواعد اجتماعی نظیر ازدواج و ... با برخی قواعد عرفی که بین خودشان داشته‌اند، مرتفع می‌شده. در آن زمان نهاد قانون وجود نداشته اما عرف بسیار قوی و قدرتمندی به صورت محلی در هر منطقه وجود داشته است و مجازات هم در این قواعد عرفی، غالباً بر عهده‌ی بزرگان و ریش‌سفیدان هر منطقه بود. با افزایش جمعیت و گسترده

شدن روابط انسانی، نیاز به یک ضمانت اجرایی برای اجرای قواعد عرفی احساس شد که به شکل‌گیری دولت‌ها منجر شد. اما نکته‌ی مهم آن بود که قانونی که در جوامع شکل می‌گرفت، مبتنی بر قواعد عرفی موجود بین مردم بود و وظیفه‌ی پاسداری از این قواعد عرفی را بر عهده داشت. در جوامعی که قانون‌گزاران هوشمندی داشته است، قانون را بر پایه‌ی عرف استوار کرده‌اند. به گونه‌ای که خود مردم تمایل زیادی به اجرای آن دارند. اما در جامعه‌ی ما در حال حاضر از آنجا که قانون بر اساس یک ایدئولوژی شکل گرفته است، مبتنی بر قواعد عرفی به ویژه قواعد عرفی نسل جدید نبوده و در نتیجه مجری قانون ناگزیر است که برای اجرای قانون به ابزارهای قانونی متوسل شود. تا زمانی مردم با مجری قانون درگیر هستند و از جایی به بعد که مردم احساس می‌کنند قانون نیازهای بنیادین‌شان را برطرف نمی‌کند، به مقابله با خود قانون خواهند پرداخت. این مقابله در درجه‌ی اول در یک جامعه در قالب گفت‌وگو شکل می‌گیرد. بنابراین نقش احزابی که بتوانند این نیازهای مردم را فریاد بزنند و بر سر آن با نهادهای قدرت گفت‌وگو کنند، پررنگ می‌شود و اینجاست که مسأله‌ی اصلاح قانون و اصلاح‌طلبی شکل می‌گیرد. اما از آنجا که در جامعه‌ی ما احزاب در دو دهه‌ی اخیر دائماً به سکوت واداشته شدند و در نتیجه نهادی برای بیان و فریاد زدن سخن مردم وجود نداشته است، جامعه‌ی ایران به‌تدریج ظرف دو دهه از اصلاح و گفت‌وگو برای اصلاح نیز ناامید شده و

یک تحقیقی در ایران برگزار شد که از افراد می‌پرسید اگر به شما گفته شود تمام مزایای کاری‌تان را به شما خواهیم داد و از فردا اگر دوست ندارید می‌توانید سرکار نروید، آیا باز هم سر کار خواهید رفت؟ بیش از ۸۰ درصد از جامعه‌ی هدف این تحقیق گفتند که سر کار نخواهند رفت. این بدان معناست که بیش از ۸۰ درصد جامعه از کار خود لذت نمی‌برند و کار آن‌ها مطابق با مأموریت وجودی ایشان نیست. بنابراین این مسأله در جامعه‌ی ما یک انحراف بزرگ سیستماتیک است. یک شعری بود که می‌گفت من نمی‌دانم کدامین پل در کجای جهان شکسته است که هیچ کس به هیچ کس نمی‌رسد؟ من قسمت دوم این شعر را این‌گونه تکمیل می‌کنم. من می‌دانم آن پل کجاست؟ آن پل آموزش و پرورش است که شکسته است. این انحراف سیستماتیک که همه‌ی افراد جامعه مسیر خود را به غلط می‌روند، از آموزش و پرورش نادرست ما شکل می‌گیرد. ما قبل از هر چیزی در نظام آموزشی خود باید این مسأله را آموزش دهیم که شما دقیقاً چه کسی هستید و چه علایقی دارید، چه توانایی‌ها و چه نقاط ضعف و قوتی دارید؟ ما پیش از هر چیز باید خودمان را بشناسیم و مأموریت وجودی خودمان را درک کنیم. اگر در بیمه کار می‌کنی و مطابق با مأموریت وجودی تو باشی، حتی در همین شرایط لذت می‌بری از این که به مردم این مسأله را منتقل کنی که شما چرا این همه خود را درگیر نگرانی آینده‌ی فرزند خود برای بزرگسالی او یا پس از خودت کرده‌ای؟ این نگرانی و برطرف کردن آن را به من بسپار و تو از زندگی خودت در همین لحظه لذت ببر. این مسأله حتی در شرایط بحرانی، یک نگرانی جدی‌تر برای خانواده‌هاست که اگر شما در حال انجام مأموریت وجودی خودتان باشید، به راحتی این نگرانی را از مردم برطرف خواهید کرد.

در این شرایط اجتماعی هر یک از ما موظف هستیم که پیش از هر چیز مأموریت وجودی خود را بیابیم. در صورتی که هر فردی مأموریت وجودی خود را کشف کند و در همان مسیر قدم بگذارد، می‌تواند به آرامش برسد و از آسیب‌های محیطی تا اندازه‌ی زیادی در امان بماند.

گذر کرده است. مردم به تدریج در محیط خانه و خانواده، به شکل مخفیانه اعتراض‌هایشان را مطرح می‌کردند و کم‌کم با ورود فرزندان نسل جدید همان خانواده‌ها به جامعه، همان انتقادات و اعتراض‌های مخفیانه توسط آن‌ها در سطح جامعه نیز بیان شد. از سوی دیگر انتشار اخبار فساد و میزان فسادهای اقتصادی و سیاسی نیز در عرصه‌ی قدرت زیاد شد و در نتیجه مردم مشاهده کردند که قانون از یک‌سو نیازهای آنان را برطرف نمی‌کند و از طرف دیگر صاحبان قدرت نیز همین قانون موجود را دور می‌زنند و مسأله‌ی فساد در جامعه دامن‌گیر شده است. بنابراین مسأله توسط مدیران حل نشده، قوانین با نیازها متعارض بود و امیدی به اصلاح و راه‌گشایی گفت‌وگو به دلیل خلأ حزبی وجود نداشت. توکویل در مقاله‌ای این پرسش را مطرح می‌کند که چرا روشن‌فکران فرانسه رادیکال هستند اما روشن‌فکران انگلستان رادیکال نیستند. در این تحقیق نتیجه گرفته است که چون دولت بریتانیا همواره برای حل تمام مشکلات، از تمام روشن‌فکران راهکار می‌گرفت و براینده راهکارهای آن‌ها را به کار می‌بست، حتی در موارد عدم پاسخ‌گویی راهکارها برای حل مشکلات، روشن‌فکران اعتراض گسترده‌ای نمی‌کردند. اما در جامعه‌ی فرانسه روشن‌فکران کنار گذاشته شده‌اند و در نتیجه در مقابل هر مشکلی اعتراضات شدید و گسترده‌ای را نیز مطرح می‌کنند. این اتفاقی است که امروز در خلأ حزبی موجود، در کشور ما نیز رخ داده است.

در جامعه‌شناسی می‌گوییم جامعه دارای سه چسب است که شیرازه‌ی جامعه را نگاه می‌دارد. یکی سیاست است، یکی دین و دیگری اجتماع. چسب سیاست و دین در چند سال اخیر در ایران، متأسفانه به دلایل مختلف دچار آسیب شده است. چسب اجتماع نیز به دلیل نبود وجود احزاب قدرتمندی که بتوانند مردم را در گروه‌های هم‌فکر مشخص متشکل کنند، از بین رفته است. تنها گروهی که توانسته است در اجتماع هنوز به عنوان یک چسب عمل کند، گروه فوتبالیست‌ها و هنرمندان است که این گروه نیز متأسفانه بیش از آن که تأثیرگذار باشند، تأثیرپذیر هستند. بنابراین در شرایطی که جامعه تمام چسب‌هایی که آن را کنار هم نگاه می‌دارد، از دست داده یا تضعیف شده است، جامعه پیش‌بینی‌پذیری خود را از دست می‌دهد و نمی‌توان کنش‌های افراد و جامعه را پیش‌بینی کرد. و به همین دلیل است که آینده‌ی جامعه‌ی ایران پیش‌بینی‌پذیری بسیار کمی دارد.

نوبنی باش: اشاره کردید که جامعه در چنین شرایطی غیرقابل پیش‌بینی می‌شود. حال در چنین شرایطی ما که خود بخشی از این جامعه هستیم و از تمام اتفاقاتی که اشاره کردید، تأثیر می‌پذیریم، چگونه می‌توانیم پیش از هر چیز خودمان را از آسیب‌های این شرایط بغرنج اجتماعی مصون کنیم و در واقع خودمان را در این شرایط به‌گونه‌ای حفظ کنیم که زیست و معیشت ما تحت تأثیر این آسیب‌ها قرار نگیرد و آسیب نبیند؟

حیدری: پاسخ این سؤال در درجه‌ی اول در جامعه‌شناسی آن است که باید همه‌ی ما یک تلاش گروهی برای اصلاح ساختار داشته باشیم. اما این یک مسأله‌ی اجتماعی است. حال اگر به صورت فردی بخواهیم این مسأله را حل کنیم، ما باید ابتدا آن بخش از جامعه را که کم‌ترین تأثیر را از اتفاقات و بحران‌های اخیر می‌پذیرند، شناسایی کنیم. در حقیقت در شرایط کنونی، یک فروشنده بیشترین زمان خود را به جای بازاریابی باید صرف شناخت بازار هدف مناسب در شرایط کنونی کرده و سپس راه‌های ورود به آن بازار را پیدا کند. در شرایط کنونی جامعه، همه‌ی ما آگاهیم که کمترین تأثیر را از اتفاقات اخیر، اقشار بالای درآمدی پذیرفته‌اند و کمترین نگرانی را از آینده، این اقشار دارند. بنابراین یک فروشنده، علاوه بر آنکه باید خودش را مطابق صحبت‌های بخش قبل تقویت کند، باید جامعه‌ی هدف صحیح خود را نیز شناسایی و راه‌های ورود به آن را پیدا کند. یکی از کتاب‌های مهمی که می‌توان برای این مهم مطرح کرد کتاب «کارآمدی در محیط نهادی ناکارآمد» است که راهکارهایی را برای مؤثر عمل کردن در شرایط نامناسب و ناکارآمد ارائه می‌کند و شما می‌توانید با مطالعه‌ی آن آگاهی‌هایی برای عملکرد صحیح در شرایط کشورهایی مانند ایران کسب کنید.

حیدری: این پرسش، سال‌ها برای من یک سؤال وجودی بوده است. در چند سال گذشته، من به این موضوع پرداخته‌ام تا رسالت خودم را پیدا کنم. بدین منظور من یک آزمون را شرکت کردم که به عنوان مثال مطرح می‌کرد که اگر دو سال از عمر شما باقی مانده باشد، در این دو سال چه خواهید کرد یا جمله‌ای را برای روی سنگ قبر خود بنویسید که اینجا مردی خوابیده است که می‌خواست من و دوستانم این آزمون مرگ‌اندیشی را تکمیل کردیم و با هم به گفت‌وگو نشستیم و در نهایت به این نتیجه رسیدیم که روح من با معلمی آرام می‌گیرد. با شیوع کرونا این مسأله برای من تشدید شد و من به این مسأله بیشتر هم فکر کردم. من در این فرایند متوجه شدم که مأموریت وجودی من چیست و درک کردم که مأموریت وجودی من آموزش و معلمی است و از این طریق به آرامش رسیدم. حال در این شرایط اجتماعی نیز هر یک از ما موظف هستیم که پیش از هر چیز مأموریت وجودی خود را بیابیم. در صورتی که هر فردی مأموریت وجودی خود را کشف کند و در همان مسیر قدم بگذارد، می‌تواند به آرامش برسد و از آسیب‌های محیطی تا اندازه‌ی زیادی در امان بماند. اگر کسی مأموریت وجودی خود را بزرگ کردن فرزندانش می‌بیند، باید همان کار را به بهترین شکل انجام دهد و اگر کسی مأموریت خود را سیاسی می‌بیند، باید در همان راه قدم بردارد.

فروش بیمه، چالش جامعه‌ی ناآرام و بی‌ثبات



رضا امیرزاده - سردبیر

بیان و کلام و ... را متناسب با حرفه‌ی خود تنظیم کند. بنابراین حرفه‌ی فروشندگی، فروشنده را ملزم به رعایت سبک خاصی از زندگی خواهد کرد که او را در تعامل هر چه بیشتر با اقشار مختلفی از جامعه قرار دهد.

یکی از شروط اساسی برای رعایت این سبک زندگی، افزایش قدرت تحمل و مدارا در مواجهه با اقشار مختلف جامعه است. این مهم برای فروشنده حاصل نخواهد شد جز آن- که پیش از هر چیز دو فاکتور مهم را در خود تقویت نماید:

۱- افزایش تسلط بر رفتار شخصی

۲- افزایش شناخت از عقاید و سلايق گروه‌های مختلف اجتماعی

لازمه‌ی تسلط بر رفتار شخصی به عنوان فاکتور نخست، آن است که فروشنده نسبت به خود و آنچه در ذهن و روان او می‌گذرد، شناخت کامل پیدا کند. شناخت استعدادها، ظرفیت‌ها، نقاط قوت و ضعف و علایق آشکار و پنهان شخصی، می‌تواند رسالت هر فرد را در مسیر زندگی و کاری او شکل دهد. فردی که چنین شناختی را از خود حاصل می‌کند، می‌تواند بر رفتار خود تسلط بیشتری داشته و در نتیجه تعامل خود را با دیگران بر مبنای شناخت صحیح از خود شکل دهد.

اما شناخت خود به تنهایی برای گذار از شرایط بحرانی کنونی کافی نخواهد بود. بی‌شک شناخت عقاید و سلايق گروه‌های مختلف جامعه، در شرایط امروز جامعه‌ی ما که اقشار مختلف، به‌طور آشکار در مقابل یکدیگر صف‌آرایی کرده‌اند، بیش از هر زمان دیگری الزامی به نظر می‌رسد. برای افزایش این شناخت، بی‌شک فروشنده باید زمانی بسیار بیش از گذشته را به مطالعه، تحقیق و کسب اطلاعات در خصوص عقاید و سلايق اقشار مختلف جامعه اختصاص دهد و نحوه‌ی تعامل با هر یک از این گروه‌های اجتماعی را از طریق آشنایی با اندیشه‌های آنان فرا گیرد. شرایط کنونی کشور، برای فروشندگان بیمه، علاوه بر آن‌که یک چالش شغلی ایجاد نموده است، یک رسالت جدید شغلی نیز به وجود آورده و آن تزریق آرامش به جامعه‌ای است که با بحران آشفتگی و اضطراب و آینده-



هراسی مواجه شده است. بنابراین فروشنده‌ی بیمه در شرایط کنونی، موظف است ابتدا خود را از گزند آسیب‌های اجتماعی ناشی از بحران کشور، از طریق خودشناسی حفظ نماید و سپس این آرامش را با مطالعه‌ی هر چه بیشتر در رابطه با عقاید و اندیشه‌های گروه‌های مختلف در جامعه و آموختن نحوه‌ی تعامل و مدارا با آنان به جامعه‌ی بحران- زده منتقل نماید.

جامعه‌ی ایران در چند سال اخیر، همواره با بحران‌های مختلفی مواجه بوده است. بحران‌هایی که گاهی دامن‌گیر اقتصاد کشور، گاهی گریبان‌گیر تعاملات اجتماعی و گاهی نیز منشأ اثر بر سیاست کشور شده است. برخی از این چالش‌ها نیز بر تمامی حوزه‌های فوق اثرگذار بوده‌اند. بحران‌هایی نظیر تورم فزاینده و چشم‌گیر، بی‌ارزش شدن پول ملی، تحریم‌های گسترده- ی اقتصادی، افزایش بیکاری و ...

فراموش نباید کرد که فروشندگی پیش از آن که یک حرفه و یا حتی یک علم باشد، یک «سبک زندگی» است

هر یک از این بحران‌ها اثرات چشم‌گیری نیز بر هر یک از کسب‌وکارهایی که افراد مختلف به آن مشغول هستند، بر جا گذاشته و موجب نوسانات فراوانی در روند فعالیت صاحبان مشاغل شده است. در چند سال گذشته، صاحبان مشاغل همواره سعی کرده‌اند خود را با هر یک از بحران‌های موجود و شرایطی که بر حرفه و کسب آن‌ها تحمیل می‌کند، منطبق نموده و به‌گونه‌ای بحران موجود را پشت سر بگذارند.

یکی از مشاغلی که تأثیر فراوانی از بحران‌های اقتصادی و اجتماعی می‌پذیرد، صنعت بیمه و به‌ویژه فروشندگی بیمه است. چرا که فروشندگان بیمه، به‌طور مستقیم با اقشار مختلف جامعه از سطوح مختلف درآمدی و طبقات مختلف اجتماعی در تعامل قرار می‌گیرند و هر چالشی که اقشار مختلف جامعه را درگیر خود گرداند، به‌طور مستقیم بر حرفه‌ی فروشندگان بیمه نیز تأثیرگذار خواهد بود. در چند سال اخیر با افزایش چشم- گیر تورم و فشارهای اقتصادی ناشی از تحریم‌های اقتصادی، فروشندگان بیمه تلاش کرده‌اند، خود را با شرایط جدید حاکم بر بازار انطباق داده و راهکارهای مناسب برای تعامل با اقشار مختلف جامعه را پیدا کنند و تا اندازه‌ی زیادی نیز توانسته‌اند در این مسیر موفق عمل کنند. آمارهای رو به رشد حق بیمه‌های تولیدی در صنعت بیمه‌ی کشور، شاهدی بر صحت این مدعاست.

اما در چند ماه گذشته، کشور ایران با چالش و بحرانی جدید مواجه شده است که کشور، جامعه و به تبع آن اقتصاد ایران را وارد مسیر جدیدی نموده است. شرایط جدید حاکم بر جامعه و اقتصاد کشور، با بی‌ثباتی شدید و ناامیدی بسیار زیاد از آینده همراه است که موجب شده است صنعت بیمه به عنوان صنعتی که تزریق‌کننده‌ی آرامش و امید به جامعه بوده و چشم به آینده دارد، با شرایط بحرانی کنونی جامعه در تضاد مستقیم قرار گیرد. در این میان، بی‌شک یکی از چالش‌های مهم شبکه‌ی فروش بیمه در کشور، چگونگی مواجهه با این بحران و گذار از آن خواهد بود.

پاسخ به این مسأله که در شرایط کنونی، فروشندگان بیمه چگونه می‌توانند در تعامل صحیح با جامعه قرار گیرند و از این دوره به سلامت عبور کنند، در ذات و کنه حرفه‌ی فروشندگی نهفته است.

فراموش نباید کرد که فروشندگی پیش از آن که یک حرفه و یا حتی یک علم باشد، یک «سبک زندگی» است. بدین معنا که فروشنده، باید تمام شئون زندگی خود اعم از ساعت خواب و بیداری، رفت‌وآمدها، نحوه‌ی گفت‌وگو با افراد، چگونگی پوشش، لحن

فروش در بحران

اطمینان خاطر در مشتری باشد.

فروشنده پس از آن که قدم اول را به درستی برداشت و توانست خود را به آرامشی درونی

در تلاطم و آشفتگی شرایط اجتماعی و اقتصادی کشور برساند، آنگاه پیش از آن که با ارائه‌ی محصولش مشکلی را از مشتری رفع نماید، باید بتواند از طریق تزریق این آرامش درونی به دیگران و ایجاد اطمینان خاطر در مشتری، گام دوم خود را در برقراری ارتباط فروشنده و مشتری محکم بردارد.

در چنین رابطه‌ای است که فروشنده می‌تواند فضای بحرانی و

آشفته‌ی جامعه را به فضای ایمن و آرام رابطه تبدیل کند و با ایجاد دلگرمی در مشتری، فرایند فروش را نیز به گونه‌ای که بخشی از نیازهای مشتری را رفع نماید، تکمیل کند. تجربه نشان داده است که مهم‌ترین ابزار برای برداشتن این گام دوم، شنیدن مشتری و گوش دادن مؤثر است.

جامعه در چنین شرایطی بحرانی همانند آنچه جامعه‌ی ایران به آن دچار است، به مربیانی صبور و شنونده نیاز دارد. نیازی به نسخه‌ی ثابت یا راهکارهای مشخص برای افراد مختلف یا حتی یک بازار هدف وجود ندارد. شنیدن فعال به شما کمک می‌کند تا از پنجره‌های گوناگون، یک فرد یا افرادی در گروه‌های مشابه را بهتر ببینید. نیازها صرفاً چیزهایی نیستند که در قالب جملات بیان می‌شوند. در اوقات بسیاری افراد به نیاز و نحوه‌ی برآورده کردن آن نیز آگاه نیستند، خواسته‌ها شکل برآورده کردن نیازها هستند که متأثر از فرهنگ و شخصیت افراد در جغرافیاهای گوناگون و زمان‌های مختلف، هر یک به روشی برطرف می‌شوند. حال باتوجه به تجربه‌ی زیسته‌ی در فراز و نشیبی که در این دوران، افراد در حال تجربه‌ی آن هستند، ظرف وجودی خود را خالی و آماده کنید تا بهتر و دقیق‌تر بشنوید.

بنابراین ذهن خود را از هرگونه پیش‌داوری و سعی در کنترل کردن فضای بین خودتان و مشتری دور کنید.

ذهن خود را ساکت کنید، قدم بزنید، موسیقی کلاسیک را امتحان کنید و بدون قضاوت خود را تسلیم نت‌هایی کنید که می‌شنوید. این‌ها تعدادی تمرین هستند که

به ظاهر ساده می‌آیند اما اگر بخواهید نتیجه‌ی اثربخشی از آن‌ها بگیرید، آنگاه متوجه سختی آن‌ها خواهید شد.

آبلین آجیلی - شبکه‌ی فروش



شما به مهارتی نیاز دارید که به‌طور جدی و عمیق کمترین کتاب‌ها، دوره‌های آموزشی یا حتی دانشگاه‌ها در مورد آن صحبت کرده‌اند یا آنگونه که باید شرح داده نشده و به صورت عملی تمرین نشده است. "بشنوید."

جامعه‌ی آشفته و به هم ریخته، سوگواری‌های بی‌پایان و تقابل نزدیک‌ترین افراد زندگی‌ام، مرا در شرایطی قرار داده است که به عنوان یک فروشنده، ناگزیر هستم بیشتر به این مسأله بیاندیشم که بعد از یافتن رسالت وجودی‌ام که فروشنده‌ی است، اکنون چه وظیفه‌ای در رابطه با جامعه بر عهده دارم. در شرایط دنیای امروزی به عنوان یک فروشنده

باید بتوانیم مانند یک مربی عمل کنیم و نه شبیه به یک پزشک تجویزکننده.

ارتباطات چهره به چهره یا تلفنی با گروه‌های مختلفی از افراد با عقاید و سبک زندگی- های گوناگون ما را در معرض یک پرسش عمیق قرار می‌دهد. چگونه ارتباطی را برقرار کنیم تا به فروش منجر شود؟ شاید پاسخ کمی عجیب به نظر برسد، چرا که بیشتر ما به دنبال دستورالعمل یا تکنیک‌های مشخص هستیم. لقمه‌ی آماده‌ای که بتوان آن را در یوتیوب یا دوره‌ها و وبینارهای آموزشی پیدا کرد.

البته که دانستن این اصول و تئوری‌های مدیریت هیچ یک کم‌ارزش نیست، بلکه ضروری و لازم است. اما لحظه‌ای که اولین ارتباط با مشتری برقرار می‌شود، شما به مهارتی نیاز دارید که به‌طور جدی و عمیق کمترین کتاب‌ها، دوره‌های آموزشی یا حتی دانشگاه‌ها در مورد آن صحبت کرده‌اند یا آنگونه که باید شرح داده نشده و به صورت عملی تمرین نشده است. "بشنوید."

ایران امروز و به ویژه در چند ماه اخیر، دچار تلاطم‌هایی است که هر یک از شهروندان ایرانی را به انبوهی از سخنان ناگفته دچار کرده است. سخنانی که یا از گفتن آن ترس

دارند و یا تاب شنیدن آن را در مخاطبان

خود نمی‌بینند. آنچه در جامعه‌ی امروز ایران بیش از هر چیز نیاز تک‌تک افراد جامعه است، وجود درک متقابلی است که در فضای سرشار از احساس و خشم این روزها، کمتر می‌توان آن را در وجود اطرافیان سراغ گرفت.

فروشنده، به عنوان بخشی از جامعه‌ی

متلاطم این روزهای ایران، باید این توان را داشته باشد که علاوه بر محصولش، خدمات بیشتری را به مشتریان خود عرضه کند. خدماتی که بتواند از جنس ایجاد آرامش و



ضرورت بیمه های عمر برای پزشکان و کادر درمان



رضا محمودی - مدیر تیم IT ۴۳۹۴

همانطور که همه‌ی ما آگاه هستیم در چند سال گذشته، پزشکان ایام بسیار سخت و ناگواری را سپری کردند و لحظات بسیاری در معرض خطر بیماری کرونا قرار گرفتند و متأسفانه حتی برخی از بهترین پزشکان و کادر درمان کشور را در دوران شیوع بیماری کرونا از دست دادیم.

اما این موضوع، تنها یکی از هزاران بیماری و خطر شغلی است که پزشکان و کادر درمان کشور را تهدید می‌کند. می‌دانیم که شغل پزشکی، شغلی پر مخاطره، سخت و پرهزمت است. دست و پنجه نرم کردن با خطرات ابتلا به بیماری‌های خطرناکی مانند ایدز، هپاتیت، آنفلوآنزا و همین‌طور آسیب‌های جسمی و صدمات مزمن ناشی از استرس و فشار کار شبانه‌روزی، باعث آزدگی خاطر بسیاری از پزشکان و کادر درمان خواهد شد. هر روزه، خطرات زیادی شامل تماس با پاتوژن‌های منتقله از راه خون و سایر عوامل شیمیایی، روانی، اجتماعی، فیزیکی و ارگونومی آن‌ها را تهدید می‌کند. همچنین بروز تنها یک خطای پزشکی ناشی از خستگی و یا کم‌خوابی شیفت‌های کاری، می‌تواند باعث از دست رفتن شغل افراد برای همیشه شود.

آیا تا به حال به این موضوع توجه کرده‌اید که در حال حاضر بین ۸ تا ۱۲ هزار پزشک جوان در کشور ما بیکار هستند، که به خاطر نبود شغلی در این زمینه مجبور شده‌اند به فعالیت‌های دیگری روی آورند؟ آیا شنیده‌اید که ۲۰ درصد پزشکان عمومی از وضعیت معیشتی خود رضایت ندارند؟ به‌طوری که حدود ۵ هزار نفر از پزشکان عمومی و ۵ هزار نفر از پزشکان متخصص به دلیل نارضایتی از شغل خود ناگزیر به شغل‌های دیگر روی آورده‌اند؟

آمارها نشان می‌دهند که ۱۸/۷ درصد از پزشکان به نوعی با بیماران مبتلا به HIV در تماس هستند و ۴۵/۹ درصد پزشکان حداقل یک بار با سر سوزن آلوده مجروح شده‌اند.

شایان ذکر است که شایع‌ترین مشکل پزشکان، استرس وابسته به شغل ایشان است که شیوع آن در پزشکان ۷۵/۷ درصد است. علت این همه استرس، زیادی ساعات کار و شلوغی فضای بیمارستان است. این استرس‌ها می‌تواند به عنوان یکی از عوامل بروز خطاهای پزشکی به حساب آیند و در نهایت منجر به تشکیل پرونده در مراجع قضایی شود، به شکلی که تنها در ۸ ماه اول سال ۱۴۰۰، ۴ هزار و ۵۹۱ پرونده‌ی شکایت بابت قصور پزشکی کادر درمان ثبت شده که ۴۴٪ پرونده‌ها منجر به محکومیت کادر درمان شده است. همچنین شایع‌ترین مشکلات وابسته به شغل پزشکی به ترتیب، استرس با ۶۰/۱ درصد، پاشیدن خون به پوست ۵۱ درصد، تهاجم و بی‌احترامی از طرف بیماران ۲۱/۲ درصد، واکنش پوستی ۱۹/۲ درصد، اختلال خواب ۱۵/۲ درصد، پاشیدن خون به مخاط ۱۳/۱ درصد و استفاده از داروهای آرام بخش ۴/۵ درصد است که برای مقابله با استرس‌های شغلی از داروهای همچون دیازپام، اگزازپام یا کلرودیازپوکساید استفاده می‌کنند.

با توجه به تمامی موارد بالا بی‌شک پزشکان و کادر درمان نیازمند یک راهکار امن هستند تا به آرامش رسیده و دیگر نگران روزهای پیش‌رو نباشند. راهکاری که اجازه ندهد برای درمان یک بیماری اجباری به خاطر کار و محیط کاری، تمام درآمد ماهانه و حتی پس‌انداز سال‌ها کار و زحمت خود را صرف کنند! بلکه باعث شود که علاوه بر اینکه پزشکان و کادر درمان را در برابر مخاطرات شغلی محافظت می‌کند، امتیازات خوبی را نیز برای ایشان در بر داشته باشد.

شایع‌ترین مشکل پزشکان، استرس وابسته به

شغل ایشان است که شیوع آن در پزشکان

۷۵/۷ درصد است. علت این همه استرس،

زیادی ساعات کار و شلوغی فضای بیمارستان

است. این استرس‌ها می‌تواند به عنوان یکی از

عوامل بروز خطاهای پزشکی به حساب آیند

برخی از این امتیازات می‌توانند به شرح زیر باشند:

- هزینه‌های درمانی بیماری‌های خاص نظیر سرطان، انواع سکتها، جراحی قلب و پیوند اعضا و ... را به ایشان پرداخت نماید.
- هزینه‌ی حوادث و غرامت نقص عضو و از کارافتادگی احتمالی را تمام و کمال پرداخت کند.
- در صورت فوت، بابت جبران عدم حضور ایشان در خانواده، غرامت قابل توجهی را به خانواده و بازماندگان ایشان پرداخت کند.
- همچنین زودتر از فرارسیدن دوران بازنشستگی، سرمایه‌ی قابل توجهی را بعد از چند سال به صورت یکجا به حساب بانکی وی واریز کند تا بتواند برای سپری کردن دوران بازنشستگی و کهنوت و ناتوانی از آن استفاده نماید و دغدغه‌ی آن روزهای دشوار پیش‌رو را برطرف نماید.
- امکان دریافت وام‌های متوالی بدون سند، ضامن و وثیقه را برای وی فراهم کند تا بتواند برای هزینه‌های ناخواسته‌ی پیش‌روی خود در زندگی، از آن استفاده کند.

بیمه عمر و سرمایه‌گذاری، مطمئن‌ترین و امن‌ترین پاسخی است که می‌توان به مسأله‌ی مطرح شده در این مطلب داد. بیمه عمر و سرمایه‌گذاری، تمامی مزایای فوق را برای پزشکان و کادر درمان فراهم خواهد کرد. علاوه بر تمامی موارد فوق، پزشکان و کادر درمان، به پاس زحمات بیکران ایشان در دوره‌ی کرونا، می‌توانند از طریق تماس با تیم نمایندگی ۴۳۹۴ بیمه نوین و نشریه‌ی نوبنی باش، از مزایای طرح ویژه‌ی این نمایندگی که برای پزشکان و کادر درمان به‌طور خاص طراحی شده است، بهره‌مند گردند و بسیاری از نگرانی‌ها و استرس‌های خود را برای آینده از میان بردارند.

در خط سیر

عوامل مؤثر بر ارتباط موفق

به منظور ایجاد یک رابطه‌ی موفق، پنج ویژگی زیر می‌تواند راه‌گشا باشد:

* آشکار بودن یا گشودگی: بدین معنا که فرد در ایجاد ارتباط با دیگری تا حد امکان وجوه زندگی و کار خود را مخفی نکند و به راحتی خود را در برابر فرد مقابل آشکار سازد. در این مورد زیاده‌روی نیز نباید انجام شود. چرا که می‌تواند نتیجه‌ی معکوس در بر داشته باشد. همچنین فرد باید احساسات و عواطف خود را به راحتی بیان کند تا ارتباط مؤثری با فرد مقابل داشته باشد.

* همدلی: بدین معنا که فرد باید بتواند حس مشترکی با طرف مقابل خود ایجاد کند. برای این کار علاوه بر درک پیام طرف مقابل، عواطف و احساسات او را نیز باید درک و همراهی کرد. فرد باید توجه داشته باشد که چه زمانی و به چه میزان سخن بگوید، چه زمانی بشنود و چه زمان خود را آشکار سازد و عواطف و احساسات خود را بیان کند.

* حمایت: یک ارتباط موفق ارتباطی است که در فضای حمایت‌گرانه شکل بگیرد. فضای حمایت‌گرانه فضایی است که در آن فرد تحکم نمی‌کند و در بیان پیام خود قطعیت و یقین کامل ندارد و اندکی تردید و عدم یقین را با پیام خود همراه می‌سازد و تهدید و تهاجمی در فضای ارتباطی وجود ندارد.

* مثبت‌گرایی: فرد باید در ارتباط با دیگران نسبت به خود، دیگری و فضای حاکم بر ارتباط نظر مثبت و حس خوشایند داشته باشد و باید بتواند این احساس خوشایند و نظر مثبت را به فرد مقابل نیز منتقل کند. در غیر این صورت رابطه‌ی موفق شکل نخواهد گرفت.

* تساوی: بدین معنا که فرستنده‌ی پیام باید تلاش کند خود را در مرتبه و جایگاهی برابر با مخاطب یا مخاطبان خود قرار دهد و از محتوای پیام او احساس خودبرتربینی دریافت نشود.

علاوه بر موارد فوق به منظور موفقیت در ایجاد ارتباط با دیگران، فرستنده‌ی پیام لازم است که نکات زیر را همواره رعایت کرده و مورد نظر قرار دهد و در ارتباطات خود به‌طور مستمر آن‌ها را تمرین کند:

- علت اصلی ارسال پیام را بررسی کنید.
- پیش از ارسال پیام خود، افکار و مطالب خود را روشن، مرتب و منسجم کنید.
- از شیوه و وسیله‌ی مناسب برای هر ارتباط استفاده کنید.
- خصوصیات گیرنده‌ی پیام را قبل از شروع ارتباط مورد نظر قرار داده و پیام خود را بر این اساس منتقل کنید.
- به عکس‌العملها، رفتار و گفتار گیرنده‌ی پیام به‌طور مدام توجه داشته باشید.
- در هنگام ارتباط، دائماً حالات چهره و بدن و رفتار خود را مراقبت کنید.
- تلاش کنید اعمال و رفتار شما با گفتار تان مطابقت داشته باشد.
- سعی کنید پیام شما با سلیقه‌ها و اظهارنظرهای شخصی همراه نباشد.
- پیام شما باید بر مشکل و موقعیت اصلی مورد نظر و مورد بحث، تأکید داشته باشد.
- سخنرانی و موعظه در انتقال پیام خود، خودداری کنید.

در کنار تیم ۴۳۹۴ می‌توانید آرامش خاطر و هیجان کار را همزمان تجربه کنید. به ما بپیوندید...

نشریه تخصصی بیمه «نوبین باش»

دوره اول - شماره هشتم - بهمن ۱۴۰۱

صاحب امتیاز: نمایندگی بیمه نوین کد ۴۳۹۴

مدیر مسئول: ندا جواهری

سر دبیر: رضا امیرزاده

۰۹۹۸۱۱۸۱۲۵۴



info@novinibash.com



سایت: novinibash.ir و novinibash.com

شورای سیاست‌گذاری:

ندا جواهری: ۰۹۳۵۹۸۲۲۶۶۸

رضا امیرزاده: ۰۹۳۷۹۳۷۳۷۶۱

سعید باقری: ۰۹۱۵۱۶۷۰۵۷۰

طاہره جهانی: ۰۹۱۵۶۵۰۲۷۸۸

گرافیسٹ: محمدرضا محمودی

آدرس نمایندگی کد ۴۳۹۴: مشهد-امام

خمینی ۴۷- شهیدان نجفی ۵/۳- پلاک ۹۵

شماره تماس: ۰۵۱۳۸۴۵۶۰۰۶



ادامه‌ی سرمقاله از صفحه‌ی ۲

در چند سال گذشته، شاهد آن بوده‌ایم که شرکت‌های بیمه‌ای نظیر بیمه سامان و بیمه معلم، محصولاتی را به منظور صدور بیمه عمر انفرادی برای خانواده‌های ایرانی به بازار عرضه کرده بودند. همچنین بیمه نوین نیز بیمه درمان تکمیلی را به صورت انفرادی در قالب «طرح شایگان» به دارندگان بیمه عمر و سرمایه‌گذاری نوین ارائه می‌نمود.

اما اکنون شرکت بیمه نوین در روزهای پایانی بهمن ماه ۱۴۰۱، اقدام به طراحی و ارائه‌ی محصولی جدید با عنوان «بیمه درمان تکمیلی انفرادی و خانواده» به بازار نموده است که طی آن هر فرد یا خانواده می‌تواند به صورت انفرادی و بدون نیاز به برخورداری از بیمه عمر نیز، از خدمات بیمه درمان تکمیلی بهره‌مند گردد و تمامی نگرانی‌های ناشی از تأمین هزینه‌های درمان خانواده را برطرف نماید.

یکی از مزیت‌های ارزشمند این طرح آن است که در این طرح، افراد برای خرید بیمه درمان تکمیلی انفرادی نیازی به داشتن بیمه‌گر پایه نیز ندارند و حتی کسانی که هیچ نوع بیمه درمانی ندارند نیز با پرداخت تنها ۱۸ درصد هزینه‌ی بیشتر می‌توانند از بیمه درمانی برخوردار گردند. بیمه درمان تکمیلی انفرادی و خانواده در بیمه نوین در قالب چند طرح مختلف با میزان پوشش‌ها و حق بیمه متفاوت برای گروه‌های مختلف درآمدی در کشور ارائه- گردد. در جداول ذیل می‌توانید میزان پوشش‌ها و هزینه‌ی سالانه‌ی مربوط به هر طرح را مشاهده نمایید. در این محصول، افرادی که دارای بیمه عمر و سرمایه- گذاری در شرکت بیمه نوین باشند، مشمول ۱۰ درصد تخفیف خواهند شد. همچنین مبالغ مندرج در جدول، برای یک فرد در طی یک سال بوده و می‌تواند به صورت نقد یا اقساط به صورت پرداخت ۳۰ درصد نقد و پرداخت چک صیادی معتبر طی ۹ قسط ماهانه و یا سه قسط سه

ماهه پرداخت گردد. در صورت پرداخت نقدی حق بیمه، مبالغ جدول ذیل، مشمول ۱۰ درصد تخفیف نقدی خواهد شد. همچنین در صورتی که تعداد بیمه شدگان در بیمه خانواده بیش از ۳ نفر باشد، صدور بیمه‌نامه مشمول ۱۵ درصد تخفیف خواهد شد. نرخ‌های ارائه شده در جدول زیر، تا سن ۶۰ سالگی اعمال خواهد شد و برای بیمه‌شدگان ۶۱ تا ۷۰ سال مشمول ۵۰ درصد اضافه نرخ خواهد شد. پرداخت هزینه‌های زایمان، نازایی و ناباروری، ۹ ماه و بیماری‌های مزمن ۳ ماه دوره‌ی انتظار خواهد داشت. جهت اطلاعات بیشتر در ارتباط با طرح جدید شرکت بیمه نوین، می‌توانید با شماره‌های مندرج در شناسنامه‌ی نشریه تماس حاصل نموده و اطلاعات لازم را از کارشناسان نمایندگی کد ۴۳۹۴ کسب نمایید.

جدول اطلاعات پوشش‌های بیمه‌ای و میزان حق بیمه در بیمه‌نامه درمان تکمیلی انفرادی و خانواده بیمه نوین

تعهدات (ریال) طرح‌ها	بیمارستانی	اعمال جراحی مهم با احتساب بند۱	پاراکلینیکی گروه اول	پاراکلینیکی گروه دوم	جراحی‌های مجاز سرپایی	خدمات آزمایشگاهی	جبران هزینه‌های آمبولانس شهری و بین شهری	زایمان	نازایی	رفع عیوب انکساری دو چشم	ویزیت و دارو	دندانپزشکی	سمعک	غریبالگری
طرح ۱	۳۷۵,۰۰۰,۰۰۰	۷۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۵,۰۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	-
طرح ۲	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۷۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۵,۰۰۰,۰۰۰
طرح ۳	۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰,۰۰۰
طرح ۴	۱,۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۰۰۰,۰۰۰

جدول حق بیمه اصلی سالانه (ریال)				
طرح‌ها	طرح ۱	طرح ۲	طرح ۳	طرح ۴
حق بیمه	۳۸,۹۵۲,۵۷۶	۴۲,۵۰۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۶۵,۰۰۰,۰۰۰
حق بیمه با فرانشیز ۱۰٪	۳۳,۰۰۰,۰۰۰	۳۵,۰۰۰,۰۰۰	۴۱,۵۰۰,۰۰۰	۵۴,۰۰۰,۰۰۰
حق بیمه با فرانشیز ۳۰٪	۳۳,۰۰۰,۰۰۰	۳۵,۰۰۰,۰۰۰	۴۱,۵۰۰,۰۰۰	۵۴,۰۰۰,۰۰۰

*حق بیمه‌های اعلام شده در جدول فوق برای بازه سنی ۰ تا ۶۰ سال می‌باشد و برای سنین بالاتر اضافه نرخ سنی اعمال خواهد شد.