



ماهنامه داخلی نوین‌باش (نشریه تخصصی نمایندگی بیمه نوین کد ۴۳۹۴) - دوره اول - شماره میتم - بهمن ۱۴۰۲

برگزاری کارگاه‌های آموزشی ویژه‌ی نمایندگان منتخب استان خراسان رضوی



آموزش نیمه‌ی تاریک وجود و
فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری
توسط گروه آموزشی نبض



سخن آغازین



رضا امیرزاده - سردبیر

یک صدمین جلسه‌ی هفتگی تیم ۴۳۹۴

اثر بخشی آموزش با چندین عامل در پیوند تنگاتنگ و همیشگی است. از میان مهم‌ترین این عوامل و عناصر، می‌توان محتوا، استمرار، به‌روز بودن، تناسب محتوا با جامعه‌ی هدف آموزش، انطباق با شرایط فعلی جامعه و اقتصاد کشور و انسجام و پیوستگی محتوا را نام برد.

از این میان اما شاید یکی از مهم‌ترین عناصر اثر بخش را بتوان استمرار در آموزش دانست. آنجا که مسأله‌ی آموزش با کار تیمی پیوند می‌خورد، استمرار در کار به مراتب دشوارتر خواهد شد. چرا که ایجاد انگیزه‌ی مستمر در میان تمام اعضای یک تیم جهت استمرار در کار آموزش، ضرورت-های فراوانی را می‌طلبد که در نظر گرفتن و اعمال تمامی آن‌ها در یک دوره‌ی زمانی بلندمدت دشواری مسیر را دوچندان می‌کند.

تیم نمایندگی کد ۴۳۹۴ شرکت بیمه نوین (تیم نوبنی باش)، در ماهی که گذشت، موفق شده است، یک صدمین جلسه‌ی هفتگی مستمر تیمی خود را برگزار نماید. این جلسات با هدف آموزش توسعه‌ی فردی تمامی اعضای تیم و با مشارکت فعال تمامی اعضا برگزار می‌شود.

آنچه در این مسیر پر فراز و نشیب، اهمیت بسیاری دارد، استمرار و پشتکار تمامی اعضای تیم در مسأله‌ی آموزش است. بی‌شک برگزاری این جلسات در مدت دو سال و نیم به‌صورت متوالی، یکی از موفقیت‌هایی است که تیم ۴۳۹۴ و نوبنی باش، از این بابت به خود می‌بالد.

در جلسات هفتگی تیم ۴۳۹۴، موضوعات مختلف با هدف ارتقای سطح تفکر و بهینه‌سازی سبک زندگی، مورد بحث و گفت‌وگوی اعضای تیم قرار می‌گیرد و هدف غایی از برگزاری این جلسات، افزایش سطح آگاهی، افزایش توانمندی‌ها، بهبود سبک زندگی، بهبود احوالات شخصی و در نتیجه بهبود توانمندی‌های کاری و افزایش فروش اعضای تیم ۴۳۹۴ است.

تیم نوبنی باش، امیدوار است که بتواند این روند مستمر را همچنان با قدرت ادامه داده و هر روز شاهد افزایش اعضای تیم خود باشد و همراهان بیشتری را در این مسیر زیبا کنار خود ببیند.

شما نیز می‌توانید یکی از همراهان تیم ۴۳۹۴ در این جلسات باشید که تیم نوبنی باش به حضورتان مفتخر خواهد بود.

همراهی با تیم ۴۳۹۴؛ یک پیشنهاد جذاب

افزایی 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 چهار جلسه در محل دفتر تیم ۴۳۹۴ نموده است.

در این جلسات، اعضای تیم ۴۳۹۴ در ادامه‌ی موضوعات مطرح شده در جلسات پیشین، به بحث و گفت‌وگو پیرامون مسأله‌ی مهم خشم و خشونت پرداختند و ابعاد مختلف آن را به بحث و نظر گذاشتند. در آخرین جلسه‌ی بهمن ماه نیز، تیم ۴۳۹۴، برگزاری یک صدمین جلسه‌ی هفتگی خود با موضوعات توسعه‌ی فردی را جشن گرفتند و این استمرار را مبارک داشتند.

تیم ۴۳۹۴ در دو سال و چهار ماه گذشته، ۱۰۰ 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.

همراهی با تیم ۴۳۹۴، می‌تواند تجربه‌ای جذاب و مهیج برای افرادی باشد که از کارهای یکنواخت و خسته‌کننده گریزان هستند.

در کار تیمی، عوامل بی‌شماری وجود دارد که باید دست به دست یکدیگر دهند تا یک تیم کاری را تبدیل به

تیم ۴۳۹۴ در دو سال گذشته، ۱۰۰ 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.

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.

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 هم-

نوبنی باش تیم ۴۳۹۴

جای شما در تیم ما خالیست. ۰۹۳۷۹۳۷۳۷۶۱





پرونده ویژه ماهنامه نوینی باش - بهمن ۱۴۰۲

پایان

ویدئو

برگزاری دوره‌ی آموزش فروش بیمه‌های عمر و نیمه تاریک وجود ویژه‌ی نمایندگان استان خراسان رضوی توسط گروه آموزشی “نبض”



گروه آموزشی “نبض” با همکاری نمایندگی کد ۴۳۹۴ و نمایندگی کد ۱۸۳۷ شرکت بیمه نوین و به میزبانی سرپرستی استان خراسان رضوی این شرکت، در بهمن ماه جاری، اقدام به برگزاری ده جلسه‌ی آموزشی جهت آموزش دو گروه از نمایندگان استان نمودند. در این جلسات که با هدف توسعه‌ی فروش شبکه‌ی فروش شرکت بیمه نوین در استان خراسان رضوی برگزار شده است، جناب آقای دکتر حیدری، جناب آقای دکتر اشرف و جناب آقای دکتر همت‌آبادی در شش جلسه برای دو گروه مختلف، به ارائه‌ی مباحثی پیرامون “نیمه‌ی تاریک وجود” و سرکار خانم جواهری و تیم آموزشی ۴۳۹۴ طی ۴ جلسه، به آموزش فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری بیمه نوین پرداختند. در این شماره از نشریه‌ی “نوینی باش”، قصد داریم در گفت‌گو با نمایندگی کد ۴۳۹۴، سرکار خانم ندا جواهری به عنوان یکی از اعضای تشکیل‌دهنده‌ی گروه آموزشی نبض، به بررسی ابعاد مختلف این جلسات آموزشی و اهداف و نتایج آن بپردازیم. از سوی دیگر تیم ۴۳۹۴، در بهمن ماه، موفق شده است برگزاری صدمین جلسه‌ی متوالی هفتگی برای شبکه‌ی فروش خود را جشن بگیرد. در گفت‌گو با خانم ندا جواهری، تلاش کرده‌ایم در این رابطه نیز با ایشان به گفت‌وگو نشست و ابعاد مختلف این جلسات هفتگی را مورد بررسی قرار دهیم. نتیجه‌ی این گفت‌وگوها هم‌اکنون پیش‌روی شماست.

نوینی باش: لطفاً بفرمایید که گروه آموزشی “نبض” با چه ایده‌ای شکل گرفت؟

جواهری: پیش از این بارها آموزش‌هایی در شعبه‌ی مشهد شرکت بیمه نوین، جهت افزایش فروش نمایندگان در بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری برگزار شده بود که بررسی‌های سرپرستی استان خراسان رضوی؛ جناب آقای سعیدی‌زاده و اعضای گروه آموزشی نبض که بعدها این گروه را تشکیل دادند، از عملکرد نمایندگان شعبه‌ی مشهد نشان می‌داد در این آموزش‌ها برخی خلأها و کاستی‌ها وجود داشته که موجب شده است این آموزش‌ها اثربخشی چندانی در فروش نمایندگان شعبه نداشته باشد. نتایج این بررسی‌ها نشان داده بود که دو عامل اساسی موجب عدم اثربخشی کافی آموزش‌ها شده است: ۱- عدم شناخت محصول بیمه عمر و سرمایه‌گذاری نوین و ۲- عدم شناخت کافی نماینده از خود.

با توجه به این بررسی‌ها و نتایج به‌دست‌آمده، سرپرستی استان خراسان رضوی

تصمیم گرفتند که با دعوت از متخصصان هر کدام از دو حوزه‌ی فوق، نوع جدیدی از آموزش فروش بیمه‌های عمر را در این سرپرستی برای نمایندگان استان آغاز کنند که بدین منظور گروه آموزشی نبض با دعوت از این افراد تشکیل شد تا راه-گشای نمایندگان استان در فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری باشد.

نوینی باش: الگوی آموزشی گروه شما، چه تفاوتی با سایر آموزش‌های موجود در صنعت بیمه دارد؟

جواهری: متأسفانه بسیاری از مدرسان و مربیان در آموزش‌های خود از تسکین-دهنده‌های مقطعی و غیرقابل تأمل در فضای آموزش‌های حقیقی یا شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند که موجب می‌شود شبکه‌ی فروش با این آموزش‌ها به صورت مقطعی و کوتاه‌مدت، انرژی و انگیزه‌ای به دست آورده و فروش‌های کم‌اثری را در کوتاه‌مدت رقم بزنند. من برای این نوع از آموزش‌ها، اصطلاح آموزش‌های انگیزشی زرد را به کار می‌برم که متأسفانه نه تنها کارساز نبوده، بلکه سبب می‌شود

که نمایندگان به صورت مستمر به این نوع آموزش‌های مقطعی احساس نیاز کنند و به گونه‌ای این آموزش‌ها، آموزش‌هایی تجاری هستند که هدف کسب درآمد دائمی از محل شبکه‌ی فروش را دنبال می‌کنند.

ما در گروه آموزشی نبض، با توجه به این مسأله، با استفاده از دو ابزار آموزش فنی و آموزش توسعه‌ی فردی تلاش کرده‌ایم راهنمای همکاران

شبکه‌ی فروش باشیم تا خلأهای آموزشی فوق را برطرف نموده و هم در زمینه‌ی فروش، هم در زمینه‌ی توسعه‌ی فردی راهکارهایی دائمی و اثربخش ارائه کنیم.

نوبنی باش: اهداف آموزشی گروه نبض در روش مورد استفاده‌ی شما چیست؟

جواهری: ما در روش مورد استفاده‌ی خود این اهداف را دنبال می‌کنیم که شبکه‌ی فروش بیمه تبدیل به مشاورانی کاملاً حرفه‌ای و خودساخته شده و نمایندگانی اصلح در شرکت بیمه نوین داشته باشیم که با راهنمایی صحیح و دقیق بیمه‌گذاران منجر به توسعه‌ی فرهنگ بیمه و به ویژه فرهنگ خرید بیمه‌های عمر شده و با مشاوره‌های صحیح خود از ضرر و زیان بیمه‌گذاران جلوگیری کنند.

نوبنی باش: کلاس‌های آموزشی برگزار شده برای نمایندگان استان خراسان رضوی، شامل چه جلساتی بوده است؟

جواهری: ما در آموزش‌های خود برای نمایندگان استان خراسان رضوی، ابتدا نمایندگان را با توجه به میزان تمرکز آن‌ها بر فروش بیمه‌های عمر در گذشته، در سه گروه تقسیم‌بندی کردیم. تا کنون آموزش‌های دو گروه از سه گروه مذکور برگزار شده است. آموزش‌های برگزار شده، شامل سه جلسه‌ی توسعه‌ی فردی با

تا آنجا که ما با نمایندگان حاضر در جلسات گفت‌وگو کرده‌ایم، بازخوردی که دریافت کرده‌ایم، موجب افزایش انرژی و توان ما در این مسیر شده است.

عنوان "نیمه‌ی تاریک وجود" و چهار جلسه‌ی آموزش فنی و فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری شرکت بیمه نوین برای هر گروه بوده است.

نوبنی باش: بازخوردی که از جلسات آموزشی برگزار شده دریافت کرده‌اید، چگونه بوده است؟

جواهری: بی‌شک بازخورد آموزش‌ها را باید شبکه‌ی فروش که در کارگاه‌های آموزشی حضور داشته‌اند،

تعیین کنند و شاید این پرسش را بهتر باشد از نمایندگان حاضر در جلسات بپرسیم. اما تا آنجا که ما با نمایندگان حاضر در جلسات گفت‌وگو کرده‌ایم، بازخوردی که دریافت کرده‌ایم، موجب افزایش انرژی و توان ما در این مسیر شده است. خدا را شاکرم بابت داشتن همکارانی در شبکه‌ی فروش که صمیمانه به آن‌ها ارادت دارم و آن‌ها نیز با جدیت در کلاس‌ها شرکت کردند و بر خلاف آنچه انتظار می‌رفت تعداد نمایندگان در طول دوره‌ی برگزاری کارگاه‌ها نه تنها کاهش نیافت، بلکه شاهد افزایش روزافزون نمایندگان حاضر در کارگاه‌ها نیز بودیم.

نوبنی باش: آیا اهداف مورد نظر شما در جلسات آموزشی محقق شده است؟

جواهری: بی‌شک تمامی اهداف مورد نظر ما با برگزاری تنها هفت جلسه‌ی آموزشی محقق نمی‌شود. اما می‌توانم با اطمینان بگویم که هم در بخش فنی و فروش و هم در بخش توسعه‌ی فردی، این کارگاه‌ها موفق شد چراغ‌هایی را در ذهن نمایندگان روشن کند که می‌تواند چراغ راه آینده‌ی شبکه‌ی فروش شرکت باشد.

نوبنی باش: برنامه‌های پیش‌روی گروه آموزشی نبض چیست و آینده‌ی مسیر پیش‌روی این گروه را چگونه می‌بینید؟





جلسات، علی‌رغم تفاوت‌های فراوان عقیدتی و فرهنگی بوده است که موجب شده است بتوانیم افرادی با اعتقادات مختلف را به‌صورت مستمر در کنار یکدیگر حفظ کنیم. نکته‌ی جالب توجه در این جلسات آن است که روند برگزاری این جلسات به‌گونه‌ای بوده است که اعضای تیم، مشتاقانه علاقه دارند نظرات مخالف خود را بشنوند و همین مسأله موجب شده است جلسات هفتگی ما از تکرار عقاید و افکار دور شده و به پویا بودن و درگیر شدن افراد در مسائل به‌صورت منطقی‌تر منجر شده است. دومین دلیل این است که با این جلسات همدلی و رشد فکری در هر مسأله برای اعضا کاملاً ملموس بوده و اعضای تیم، اثربخشی جلسات را در زندگی شخصی و کاری خود احساس کرده‌اند. سومین دلیل نیز تنوعی است که در جلسات هفتگی تزریق کرده‌ایم. سفرهای دور و نزدیک اعضای تیم به اماکن تاریخی استان و آشنایی با فرهنگ‌ها و تاریخ شهرهای استان و نیز تفریح و سرگرمی و بازی و تماشای فیلم که هر یک در زمان مناسب خود به‌صورت دسته‌جمعی انجام شده است، در حفظ و استمرار این جلسات بسیار مؤثر بوده است.

نوبنی باش: آیا در این جلسات، افرادی غیر از اعضای تیم ۴۳۹۴ نیز می‌توانند شرکت کنند و اگر این‌گونه است، با چه شرایطی این مهم امکان‌پذیر است؟

جواهری: قطعاً سایر افراد نیز می‌توانند در این جلسات شرکت کنند اما اعضای تیم نباید از این جلسات دست‌آورد کاری نیز داشته باشند. لذا برای اعضای تیم، این جلسات کاملاً رایگان بوده و برای سایر افراد خارج از تیم فروش ۴۳۹۴، با هزینه‌ای بسیار جزئی و حداقلی این امکان فراهم خواهد بود که در این جلسات آموزشی و تفریحی شرکت کنند.

جلسات هفتگی ما از تکرار عقاید و افکار دور شده و به پویا بودن و درگیر شدن افراد در مسائل به‌صورت منطقی‌تر منجر

جواهری: تمامی شرکت‌های بیمه که مجوز فعالیت از سوی بیمه مرکزی را دارند، شبکه‌ی فروشی دارند که به آموزش‌های فنی و فروش متناسب با نیاز روز بازار بیمه و آموزش‌های توسعه‌ی فردی نیازمند هستند. بنابراین هدف ما آن است که آموزش‌های مذکور را در تمامی شرکت‌ها و برای تمامی شبکه‌ی فروش صنعت بیمه، دنبال کنیم. آینده‌ی این مسیر، بی‌شک سرشار از ابهام است اما با توجه به اطمینان من از دانش و تخصص گروه آموزشی نبض، به اثربخشی و استمرار فعالیت این گروه بسیار خوش‌بین و امیدوار هستم.

نوبنی باش: خانم جواهری! شما در این ماه یک‌صدمین جلسه‌ی هفتگی اعضای تیم خود را نیز برگزار کردید. لطفاً هدف از برگزاری این جلسات هفتگی و روند برگزاری آن را شرح می‌دهید؟

جواهری: من در نمایندگی کد ۴۳۹۴، چندین سال است که کار تیم‌سازی را آغاز کرده‌ام. در این مسیر متوجه شدم که اعضای تیم ۴۳۹۴ و حتی خود من برای برخی از مسائل در زندگی شخصی و کاری نیازمند داشتن راهکارهایی برای حل مسائل هستیم. بنابراین تصمیم گرفتیم جلساتی از جنس خودشناسی و توسعه‌ی فردی در دفتر خود داشته باشیم که در آن از تجربه‌های زیسته‌ی یکدیگر استفاده کنیم. با این هدف، جلسات هفتگی ما در سه‌شنبه‌های هر هفته آغاز شد و اکنون پس از گذشت دو سال و نیم، یک‌صدمین جلسه‌ی هفتگی خود را جشن گرفته‌ایم و من از این استمرار بسیار خرسند و خوشحال هستم.

نوبنی باش: چه عامل یا عواملی توانسته است موجب استمرار این جلسات در مدت دو سال و نیم گذشته شود؟

جواهری: اولین دلیل برقراری یک محیط بدون قضاوت و سرشار از احترام متقابل افراد حاضر در

گزارش تصویری کلاس‌های گروه آموزشی نبض



همکار گرامی

با تیم مشاوره نوینی باش

فروش خود را افزایش و نمایندگی خود را توسعه دهید



هزینه‌ها و محدودیت‌های بیمه

می‌دهند.

شرایط روحی خطرزا: هزینه‌ی مرتبط دیگر خطر روحی است. خطر روحی شرایطی است که موجب می‌شود اشخاص دقت کمتری از آنچه باید انجام دهند، داشته باشند. بعضی از افراد عمداً به دنبال ایجاد خسارت نیستند، اما با داشتن این موضوع که بیمه دارند، ریسک بیشتری نسبت به مواقع نداشتن بیمه انجام می‌دهند. عقاید در مورد درجه‌ای که شرایط خطرزای روحی و اخلاقی به دنبال بیمه به وجود می‌آیند، متفاوت می‌باشند. ولی همگی متفق‌القول هستند که بعضی از افراد به هر نحو تحت تأثیر قرار می‌گیرند و شرایط خطرزای روحی متداول‌تر از شرایط خطرزای اخلاقی هستند.

کاهش هزینه

هزینه‌هایی که به وسیله‌ی صنعت بیمه ایجاد می‌شوند، در مقایسه با منافع عمده‌ای که قبلاً شرح داده شد، بسیار مهم‌تر هستند. مجموعه‌ای از اقدامات مناسب باید برای کاهش این هزینه‌ها انجام شود. بیمه‌گران دائماً در کاهش هزینه‌های خود از طریق نوآوری در موضوعاتی نظیر رویه‌های اداری و روش‌های بازاریابی کوشا هستند. فروش بیمه به صورت گروهی نمونه‌ی بدیهی این موضوع است.

ایجاد خود شرایط خطرزای اخلاقی و روحی حد اقل تا حدی، از طریق فعالیت‌های کنترل خسارت بیمه‌گران تعدیل می‌شود. شرایط خطرزای اخلاقی به‌خصوص از طریق روش‌هایی نظیر خدمات گزارش‌دهی در آتش‌سوزیهای عمدی، یک لیست منظم از خسارات منجر به جرح اتومبیل در مقابل تمام بیمه‌گران عضو و بررسی‌های دقیق خودکشی کنترل می‌شوند. خطر روحی به‌طور کاملاً اثربخشی به‌وسیله‌ی تأکید بر رابطه‌ی مستقیم بین حق بیمه‌ها و خسارات غیرمستقیم قابل توجه و گرفتاری‌هایی که توسط بیمه پوشش داده نمی‌شوند، کنترل می‌شوند.

محدودیت‌های بیمه

بیمه یک ابزار مفید برای کنترل ریسک است. ولی بعضی از ریسک‌ها نمی‌توانند توسط بیمه کنترل شوند. بحث زیر اشاره به بیمه‌ی خصوصی دارد. اما برخی از موارد آن به حوزه‌ی وسیع‌تر بیمه‌های دولتی اشاره می‌کند. محدودیت‌های ریسک‌های واقعی بیمه، اکثراً برای ریسک‌های واقعی به کار برده می‌شود. به جز در مواردی نادر، ریسک‌های برد و باخت بیمه نمی‌شوند. چون ریسک‌های برد و باخت دارای ویژگی‌هایی نیستند که در پاراگراف بعدی مشخص می‌شوند یا بدین دلیل که علتی برای به‌کارگیری بیمه برای مسائل مرتبط وجود ندارد.

به عنوان مثال بیمه در مقابل یک ریسک سوداگرانه ممکن است دربردارنده‌ی حق بیمه‌ای باشد که هرگونه مزایای مرتبط با احتمال انتفاع را خنثی می‌کند. اولین مثال عمده‌ی بیمه ریسک برد و باخت به خریداران سهام صندوق‌های تعاونی اجازه می‌دهد خودشان را در مقابل افت ارزش سهام نسبت به قیمت خرید در چند سال معین در آینده پوشش دهند. یک نمونه‌ی مرتبط، بیمه‌ی ارزش باقیمانده است که طبق آن بیمه، بیمه‌گذار را چنانچه ارزش دارایی زیر یک مبلغ معین در طول دوره‌ی بیمه‌ای سقوط کند، پوشش می‌دهد. مثال سوم، بیمه‌نامه‌ی بیمه اشخاص است که به وسیله‌ی یک بیمه‌گر ارائه می‌شود و تحت آن مبلغ اسمی با افزایش در شاخص قیمت مصرف‌کننده تعدیل می‌شود. به دلیل این‌که بیمه یک مفهوم ایستا نیست، ممکن است در آینده پوشش خود را به ریسک‌های سوداگرانه گسترش دهد.

اگرچه مزایای ناشی از وجوه صنعت بیمه قابل ملاحظه هستند و تا کنون به بسیاری از آن‌ها در شماره‌های پیشین اشاره کرده‌ایم، اما بیمه بدون هزینه و محدودیت نیست. این هزینه‌ها و محدودیت‌ها را کمتر می‌توانید از اهالی صنعت بیمه بشنوید. در ادامه قصد داریم به این هزینه‌ها اشاره کنیم.

هزینه‌های عملیاتی: بیمه‌گران متحمل هزینه‌هایی نظیر هزینه‌های کنترل خسارت، هزینه‌های تصفیه‌ی خسارت، هزینه‌های جذب بیمه‌گذاران، مالیات حق بیمه و هزینه‌های اداری می‌شوند. این هزینه‌ها به‌علاوه‌ی یک رقم معقول برای سود و ذخایر باید از طریق حق بیمه‌ی دریافتی پوشش داده شود. در شرایط واقعی نیروها و سایر منابعی که در جاهای دیگر استفاده می‌شوند، در شرکت‌های بیمه نیز مورد نیاز هستند. داده‌های زیر حجم این هزینه‌ها را به استثنای مبالغ مورد نظر برای منافع و ذخایر نشان می‌دهد. بیمه‌گران اشخاص در سال ۱۹۸۶ در حدود ۱۳٪ از در آمد کل خود را برای پرداخت هزینه‌ها، به استثنای مالیات‌ها مورد استفاده قرار دادند. این درصد به‌طور عمده در بین بیمه‌های صنعتی، گروهی و عمومی، بین بیمه درمانی و بیمه زندگی، در میان بیمه‌گران و بر حسب عوامل بی‌شمار دیگری فرق می‌کند.

بر حسب در آمد حق بیمه، این هزینه، ۱۸٪ بوده ولی مبنای درآمد در این مورد گویای بهتری است. چون درآمد غیربیمه‌ای قابل توجه است و درآمد سرمایه‌گذاری مستقیماً در محاسبه‌ی حق بیمه لحاظ می‌شود. بیمه‌گران مسئولیت و اموال بین ۳۰ تا ۴۰ درصد درآمد حق بیمه‌ی خود را برای پرداخت هزینه‌ها استفاده می‌کنند که شامل هزینه‌های تصفیه‌ی خسارت می‌شود، اما مالیات بر درآمد را شامل نمی‌شود.

فقط هزینه‌های مرتبط با حق بیمه در اینجا مورد نظر می‌باشد. چون تا این اواخر بیمه‌گران مسئولیت و اموال به روشنی درآمد سرمایه‌گذاری را در تعیین حق بیمه‌های خود تشخیص نمی‌دادند. این درصدها نظیر درصدهایی در بیمه‌های زندگی بر حسب عوامل متعددی متفاوت می‌باشند. نسبت بالاتر هزینه در این مورد به‌طور عمده تفاوت‌هایی را در طبیعت پوششی فروخته شده نشان می‌دهد.

شرایط اخلاقی خطرزا: هزینه‌ی دوم صنعت بیمه، ایجاد شرایط خطرزای اخلاقی است. شرایط خطرزای اخلاقی، شرایطی است که این احتمال را افزایش می‌دهد که بعضی اشخاص به‌طور عمدی ایجاد خسارت کنند و یا شدت آن را افزایش دهند. بعضی افراد می‌توانند یا معتقدند که می‌توانند به وسیله‌ی ایجاد خسارت منتفع شوند. مثلاً آتش‌سوزی عمدی با انگیزه‌ی بهره‌برداری از بیمه یکی از دلایل عمده‌ی آتش‌سوزی‌هاست. عده‌ای نیز از بیمه از طریق ۱- ادعای غراماتی که خارج از تعهد هستند، ولی از طریق سیستم بیمه، آن دسته از خساراتی را که باید خوشان آنها را متحمل شوند، پخش می‌کنند (به عنوان مثال ادعای خسارت در بیمه مسئولیت اتومبیل هنگامی که خواننده یا متهم فاقد تقصیر است)، ۲- استفاده بیش از حد از خدمات (به عنوان مثال ماندن در بیمارستان بیش از حدی که برای بهبود و درمان مورد نیاز است)، ۳- مطالبه‌ی حق‌الزحمه‌ی اضافی برای ارائه‌ی خدمات به بیمه‌گذاران مانند حق‌الزحمه‌هایی که توسط پزشکان و تعمیرگاه‌ها گرفته می‌شود و ۴- مقرر کردن حکم سنگین‌تر در پرونده‌های مسئولیت صرفاً به این دلیل که خواننده بیمه‌گذار است، سوء استفاده می‌کنند.

تعدادی از این سوءاستفاده‌ها متقلبانه یا شهادانه هستند. عده‌ای دیگر یک رویه‌ی متفاوت اخلاقی را در جایی که بیمه درگیر است، نشان

در خط سیم

استراتژی‌های بازاریابی

پس از شناخت و آشنایی با عوامل و عناصر مؤثر بر بازاریابی و محیط آن در شماره‌ی پیشین، اکنون می‌توان به معرفی مفهوم استراتژی بازاریابی پرداخت.

استراتژی بازاریابی، یک بیانیه‌ی جهت‌دار گسترده است که چگونگی حصول اهداف بازاریابی را نشان می‌دهد. استراتژی بازاریابی، شیوه‌ی عملی کردن اهداف را فراهم می‌آورد. در حالی که اهداف بازاریابی، مشخص و قابل اندازه‌گیری هستند، استراتژی‌های بازاریابی توصیفی‌اند.

استراتژی بازاریابی نشان‌دهنده‌ی یک نگاه کلی اولیه به عناصر بازاریابی گوناگون است که پیش از این به آن‌ها اشاره شد و چگونگی کاربرد آن‌ها برای حصول اهداف بازاریابی است. رایج‌ترین موضوع‌های استراتژی به شرح زیر هستند که باید با توجه به مقتضیات و شرایط حرفه‌ی مورد نظر در نظر گرفته شوند:

۱. ایجاد بازار در مقابل ربودن سهم بازار ۲.
- بازارهای ملی، منطقه‌ای یا محلی ۳. فصلی بودن
۴. بودجه ۵. رقابت ۶. بازار هدف ۷. محصول ۸
- نام‌گذاری ۹. بسته‌بندی ۱۰. قیمت‌گذاری ۱۱
- توزیع یا پوشش ۱۲. فروش حضوری ۱۳. ترویج
۱۴. پیام تبلیغاتی ۱۵. رسانه‌های تبلیغاتی ۱۶.
- رسانه‌ی اینترنت ۱۷. بازارپردازی ۱۸. روابط
- عمومی ۱۹. تحقیقات و آزمون بازاریابی.

در برخی موارد، بخش استراتژی‌های بازاریابی برنامه، ممکن است تنها محلی باشد که پیرامون برخی از این موضوعات در آن‌جا به‌طور مستقیم بحث شود. در چنین مواردی، استراتژی‌هایی که در این‌جا تدوین می‌شوند، رهنمون‌هایی برای بسیاری از تصمیم‌های تاکتیکی در ادامه‌ی برنامه فراهم می‌آورند. برای مثال، ممکن است یک استراتژی ایجاد بازار با معرفی یک محصول جدید ایجاد نماید. چنین استراتژی‌ای، هم‌زمان با نیاز شما برای ایجاد سطح بالایی از آگاهی و ایجاد خرید آزمون از طریق سطح بالایی از فعالیت برای محصول جدیدتان، زمینه را برای برنامه‌های تبلیغاتی و ترویجی در میان سایر برنامه‌ها فراهم خواهد کرد.



شورای سیاست‌گذاری:
ندا جواهری: ۰۹۳۵۹۸۲۲۶۶۸
رضا امیرزاده: ۰۹۳۷۹۳۷۳۷۶۱
سعید باقری: ۰۹۱۵۱۶۷۰۵۷۰
گرافیس: سعید باقری
آدرس نمایندگی کد ۴۳۹۴: مشهد-امام
خمینی ۴۷- شهیدان نجفی ۵/۳- پلاک ۹۵
شماره تماس: ۰۵۱۳۸۴۵۶۰۰۶

نشریه تخصصی بیمه «نوبنی باش»
دوره اول - شماره بیستم - بهمن ۱۴۰۲
صاحب امتیاز: نمایندگی بیمه نوین کد ۴۳۹۴
مدیرمسئول: ندا جواهری
سر دبیر: رضا امیرزاده

و :
۰۹۱۵۰۶۳۸۲۵۸ و ۰۹۹۸۱۱۸۱۲۵۴
info@novinibash.com
سایت: novinibash.ir و novinibash.com

Novinibash :

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

گزارش تصویری جشن یک‌صدمین جلسه‌ی هفتگی تیم ۴۳۹۴



صدمین جلسه
تیم سازی
نمایندگی ۴۳۹۴

۱۴۰۲.۱۱.۲۴

