



ماہنامہ داخلی نوینی باش (نشریہ شخصی نمایندگی بیمہ نوین کد ۴۳۹۴) - دوره اول - شماره بیست و دوم - فروردین ۱۴۰۳



نگاهی به چشم انداز

اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۳

WWW.NOVINIBASH.COM

@novinibash



سخن آغازین



رضا امیرزاده - سردبیر

نوروز، همواره فصل رویش و سرسبزی است و با فرا رسیدن نوروز، بوی حیات و سرزندگی به مشام می‌رسد. نوروز، برای ایرانیان آیینی باستانی است که در طول تاریخ توانسته‌اند آن را از گزند آسیب‌های فرهنگی حملات و حکومت‌های اقوام بیگانه بر کشور مصون دارند. اکنون نیز ایرانیان در هر حال و شرایطی که قرار داشته باشند، آیین کهن نوروز را با تمام ابعاد گسترده‌ی آن پاس می‌دارند.

راز ماندگاری این آیین کهن باستانی ایرانیان، در زیست شادمانه‌ی ایرانیان است. ایرانیان در طول تاریخ، آموخته‌اند که هر قدر روزگار بر آن‌ها سخت بگیرد، هیچ‌گاه زیست اجتماعی شادمانه‌ی خود را رها نکنند. این شادمانی در طول تاریخ همواره مایه‌ی اتحاد و دل‌گرمی ایرانیان بوده است. آیین‌های کهن ایرانی هم‌چون نوروز نیز همواره بر شادی و زیست شادمانه تأکید داشته و زیست شادمانه را نیز به صورت گروهی و درگیر شدن تمام اقشار جامعه در این آیین‌ها و سنت‌ها ترویج داده است.

سال ۱۴۰۳ نیز در شرایطی آغاز شده است که مردم ایران با چالش‌ها و مشکلات بسیاری دست به گریبان هستند، اما از پس تمامی این چالش‌ها و دشواری‌ها، ایرانیان بار دیگر نوروز را بهانه‌ای برای شادی جمعی خود قرار داده و بار دیگر رنگ حیات به جامعه‌ی ایران پاشیده شده است.

این طلوع مجدد حیات جامعه‌ی ایرانی را به فال نیک گرفته و امیدواریم سال جدید، سالی پر از آرامش خاطر و آسودگی خیال برای ایرانیان باشد. بی‌شک خانواده‌ی بزرگ صنعت بیمه، نقش بسیار مهم و حائز اهمیت در ایجاد آرامش خاطر و آسودگی خیال جامعه خواهند داشت.

تیم نمایندگی ۴۳۹۴ شرکت بیمه نوین، امیدوار است که در سال جدید بتواند سهم و نقش خود را در این مهم به خوبی ایفا کرده و مفتخر به همراهی شما در سالی باشد که چشم‌انداز آن در یک نگاه، سالی دشوار و پر از مخاطره را می‌نمایاند. بی‌شک بیمه، مهم‌ترین همراه در روزهای پرمخاطره‌ی زندگی است و در سال‌های دشوار، وظایف اهالی صنعت بیمه سنگین‌تر خواهد بود.

در سال جدید، با افتخار همراه شما خواهیم بود و امیدواریم که با ایجاد آسودگی خاطر شما، سهمی در زیست جمعی شادمانه‌ی ایرانیان در کنار یکدیگر داشته باشیم.

همراهی با تیم ۴۳۹۴؛ یک پیشنهاد جذاب

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 در جلساتی متفاوت، در ارتباط با مسیر موفقیت به گفت‌وگو پرداختند. در این جلسات، مسیر موفقیت به شکلی متفاوت از نگاه رایج در سخنرانی‌ها و کتاب‌های موفقیت و با تکیه بر نتایج پژوهش‌های علمی و آکادمیک برای اعضای تیم ۴۳۹۴ ترسیم شد. در این جلسات به تناقض‌های مسیر استاندارد موفقیت که در اکثر کتاب‌ها و سخنرانی‌های موفقیت ترسیم می‌شود و نیز عواقب و پیامدهای ناگوار آن پرداخته شد و در مقابل، مسیر موفقیت در دنیای مدرن و متناسب با نیازهای انسان در قرن ۲۱ با تکیه بر فردیت انسان‌ها مورد بحث قرار گرفت. در یکی دیگر از جلسات هفتگی نیز اعضای تیم ۴۳۹۴ در تکمیل این دیدگاه در ارتباط با مسیر موفقیت، به تماشای فیلم “the good will hunting” محصول سال ۱۹۹۷ ساخته Gus Van sent نشستند.

تیم ۴۳۹۴ در دو سال و نیم گذشته، بیش از ۱۰۷ 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 محیطی

تیم ۴۳۹۴ در دو سال و نیم گذشته، بیش از ۱۰۷ 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.

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 هم‌افزایی میان فعالیت آن‌ها موجب تعلق خاطر اعضای تیم به مجموعه و افزایش راندمان کاری آن‌ها نیز می‌گردد.

نوبنی باش تیم ۴۳۹۴

جای شما در تیم ما خالیست. ۰۹۳۷۹۳۷۳۷۶۱



نگاهی به چشم انداز اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۳

در خط سیر

تدوین برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی

برنامه ریزی استراتژیک با گرایش بازار یک فرایند مدیریتی است که ایجاد و حفظ تعادل منطقی بین اهداف، منابع و موقعیت های متغیر و متزلزل بازار محصولات شرکت ها را بر عهده دارد و هدف آن ایجاد یا تغییر کار و محصول شرکت ها به منظور دستیابی به رشد و سود رضایت بخش است. تا دهه ی ۱۹۷۰، برنامه ریزی استراتژیک برای شرکت ها معنا و مفهومی نداشت و شرکت ها فقط به برنامه ریزی عملیاتی می پرداختند. با افزایش قیمت نفت در این دهه از یک سو و افزایش تورم، بیکاری و رقابت از سوی دیگر، شرکت ها متوجه شدند که با روش های قبلی قادر به فعالیت نیستند. لذا فرایند برنامه ریزی جدیدی برای رفع مشکلات پیشنهاد شد. این فرایند سه رکن اساسی دارد:

رکن اول: تصمیم گیری در مورد سرمایه گذاری گذشته و آینده

رکن دوم: تخمین سود بالقوه ی آتی شرکت

رکن سوم: تهیه ی استراتژی بازاریابی که نقش اساسی در فرایند برنامه ریزی استراتژیک شرکت ها دارد.

این شرکت ها دارای چهار سطح سازمانی هستند. سطح اول، سطح مدیریت کلان شرکت نامیده می شود. این سطح در سازمان، مسئولیت برنامه ریزی استراتژیک کل شرکت را بر عهده دارد. در این سطح، در خصوص میزان تخصیص منابع به سطوح پایین تر و ورود به فعالیت های جدید تصمیم گیری می شود. سطح دوم، سطح مدیریت قسمت ها نام دارد. سطح مدیریت قسمت ها در یک سازمان، تخصیص منابع موجود بین واحدهای خودگردان و تهیه ی برنامه ی قسمت ها را انجام می دهد. سطح سوم، مدیریت واحدهای خودگردان نام دارد. در سطح سازمانی مدیریت واحدهای خودگردان، برنامه ریزی استراتژیک واحدهای خودگردان انجام می شود. سطح چهارم نیز به سطح مدیریت محصول معروف است و برنامه ی بازاریابی را تهیه می کند.

برنامه استراتژیک کلان شرکت

مدیریت ارشد شرکت ها مسئولیت تهیه و به اجرا در آوردن کل فرایند برنامه ریزی را در شرکت بر عهده دارند. با تعیین فلسفه ی وجودی، سیاست و استراتژی های شرکت، مدیریت ارشد فرصت تهیه ی برنامه های واحدهای خودگردان و اجرای این برنامه ها را به وجود می آورد. در این چارچوب فعالیت ها گاه بسیار کلی است و گاه دقیقاً از طرف مدیریت ارشد برای تک تک واحدها تعیین می شود.

تمامی شرکت ها باید چهار فعالیت برنامه ریزی را انجام دهند:

- تعریف فلسفه ی وجودی شرکت
- شناسایی واحدهای خودگردان شرکت
- تجزیه و تحلیل و ارزیابی وضعیت سرمایه گذاری ها
- شناسایی فعالیت های جدیدی که شرکت می تواند در آن ها ورود کند.

از طریق ارائه ی خدمات گسترده و جدید در حوزه ی بیمه های مسئولیت، شخص ثالث و بیمه های آتش سوزی صورت گیرد و تأمین امنیت مالی سرمایه های انسانی نیز در گروی توسعه ی بیمه های اشخاص نظیر بیمه های درمان، بیمه های حوادث و بیمه های عمر خواهد بود. لزوم ارائه ی خدمات بیشتر، با کیفیت تر و نوین توسط شرکت های بیمه در این شرایط بی ثبات اقتصادی بسیار حائز اهمیت خواهد بود.

شبکه ی فروش بیمه، در سال جاری، وظیفه ای فراتر از فروش بیمه بر عهده داشته و در این شرایط بی ثبات، وظیفه دارند در کنار بیمه گذاران و صاحبان سرمایه، به عنوان یک حافظ و نگهبان سرمایه ی ایشان ایفای نقش نمایند.

شرکت های بیمه نیز در شرایط کنونی اقتصاد کشور وظیفه دارند بیش از پیش به ارائه ی خدمات و محصولات جدید متناسب با نیاز بازار و سرمایه داران کشور بپردازند. محصولات و خدماتی که بتواند ایمنی هر چه بیشتر سرمایه های مالی و انسانی صاحبان سرمایه را تأمین نموده و از سوی دیگر در شرایط نوسانات اقتصادی بتواند ارزش سرمایه ی مشتریان را تا اندازه ی ممکن حفظ نماید. این امر می تواند از گسترش بازار دلالتی در کشور نیز جلوگیری کند. در چند سال گذشته شاهد آن بوده ایم که صنعت بیمه، علی رغم تلاش های فراوانی که در زمینه ی تأمین امنیت مالی سرمایه گذاران انجام داده است، در زمینه ی حفظ ارزش سرمایه های مالی و انسانی مشتریان چندان نتوانسته است عملکرد چشم گیری داشته باشد. لذا توجه به این مهم در سال جدید بیش از پیش حائز اهمیت خواهد بود.

از سوی دیگر در شرایط بی ثبات اقتصادی، از آنجا که نوسانات قیمت ها و بی ارزش شدن پول ملی به شکل روزافزون اتفاق می افتد، بسیاری از افراد به مشاغل واسطه ای و دلالتی روی آورده و کسب سود در کوتاه مدت را دنبال می کنند. این مسأله باعث می شود سرمایه گذاری های بلندمدت نظیر سرمایه گذاری در بانک یا بیمه های عمر و سرمایه گذاری، جایگاه خود را تا اندازه ی زیادی در میان مردم از دست بدهند. برای مواجهه با این چالش بزرگ اجتماعی و اقتصادی، اتخاذ دو رویکرد در صنعت بیمه الزامی به نظر می رسد. یکی از این رویکردها باید توسط شرکت های بیمه اتخاذ شود و رویکرد دیگر نیازمند همت شبکه ی فروش بیمه خواهد بود.

سال ۱۴۰۳ برای ایرانیان با سرعتی شگرف در تحولات و اتفاقات مختلف آغاز شده است. در مدت کوتاهی که از آغاز این سال گذشته است، شاهد اتفاقات بسیار زیادی در عرصه های مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بوده ایم. بی شک تمامی این اتفاقات و تحولات بر چشم انداز ما در عرصه ی کسب و کار در یک سال آینده تأثیرگذار خواهد بود.

در فروردین ماه سال جدید، با اتفاقاتی که در عرصه ی سیاست خارجی رخ داده است، سایه ی جنگ بر سر اقتصاد کشور افتاده و شاهد آن بوده ایم که در همین مدت یک ماه، نرخ دلار و سکه به شکل فزاینده ای رو به افزایش گذاشته است. این افزایش روزافزون نرخ سکه و دلار، به بی ثباتی اقتصاد کشور دامن زده و بازار دلالتی را نیز بیش از پیش داغ نموده است.

از سوی دیگر، تحولاتی که از سوی مسئولان کشور در عرصه ی ارائه ی بنزین در سال جدید اعلام شده است، پیش بینی هایی را نیز در حوزه ی افزایش قیمت سوخت و حامل های انرژی موجب شده است. اقدام به جمع آوری کارت های سوخت آزاد از جایگاه های بنزین از سوی دولت، منجر به گمانه زنی هایی در زمینه ی افزایش قیمت بنزین شده و در فروردین ماه شاهد آن بودیم که بسیاری از افراد در برخی روزها در صف های طولیل بنزین برای تهیه ی سوخت با قیمت فعلی منتظر ماندند.

تمامی این اتفاقات در روزهای ابتدایی سال جدید، نشان از آن دارند که سال پیش رو برای اقتصاد کشور و معیشت ایرانیان، سالی دشوار و همراه با چالش های فراوان خواهد بود. اما در این میان، آنچه حائز اهمیت است، این است که در شرایط پیش روی اقتصادی، ما چگونه می توانیم خود را در شرایط بهتری قرار داده و از آسیب های احتمالی مصون بمانیم؟

شرایط اقتصاد ایران، حکایت از آشفتگی و بی ثباتی اقتصاد در سال جاری دارد. صنعت بیمه، یکی از مهم ترین عناصر اقتصاد یک کشور است که در شرایط بی ثباتی و عدم اطمینان می تواند نقش حیاتی و مهمی در اقتصاد کشور ایفا کند. در شرایطی که سرمایه های کشور، شایطی ناامن و بی ثبات را احساس می کنند، صنعت بیمه می تواند با حضور گسترده تر خود در بازار حاشیه ی امن بیشتری برای سرمایه های اقتصادی کشور فراهم کند. این سرمایه ها شامل سرمایه ی مالی و سرمایه ی انسانی هستند. تأمین امنیت سرمایه های مالی، می تواند

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



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

Novinibash: 

نشریه تخصصی بیمه «نوبنی باش»
دوره اول - شماره‌ی بیست‌دوم - فروردین ۱۴۰۳
صاحب امتیاز: نمایندگی بیمه نوین کد ۴۳۹۴
مدیرمسئول: ندا جواهری
سر دبیر: رضا امیرزاده

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

ادامه از صفحه ۳ ←

عمر در کشور شده است. حال آن که آنچه در بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری، در درجه‌ی اول اهمیت قرار دارد، نه سرمایه‌گذاری بلندمدت در این بیمه‌نامه‌ها بلکه خدمات و پوشش‌های بیمه‌ای خاصی است که در هیچ محصول دیگری نمی‌توان مشابه آن‌ها را مشاهده یا دریافت کرد.

آنچه شبکه‌ی فروش باید در شرایط کنونی اقتصاد کشور مورد نظر قرار دهد، این است که در فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری، بیش از پیش جانب صداقت را با مشتریان خود رعایت نموده و آن‌ها را از سرمایه‌گذاری بلندمدت در بیمه‌های عمر به سمت خرید خدمات و پوشش‌های بیمه‌ای سوق دهند. خدماتی که در شرایط نااطمینانی روزافزون جامعه، می‌تواند بیش از هر خدمتی مورد نیاز تمامی اقشار جامعه باشد.

به منظور این تغییر در سبک فروش، لازم است که شبکه‌ی فروش، دارای خلاقیت بوده واز پتانسیل‌های موجود در بیمه عمر و سرمایه‌گذاری به منظور ارائه‌ی روشی جدید در فروش استفاده نمایند. محصول بیمه عمر به دلیل تنوع گسترده‌ای که در خدمات خود دارد، پتانسیل‌های بسیار زیادی را در درون خود نهفته دارد که بسیاری از آن‌ها تا کنون توسط بخش بزرگی از شبکه‌ی فروش بیمه در کشور مورد استفاده قرار نگرفته‌اند. بنابراین این تغییرات می‌تواند تحول بزرگی در میزان اقبال جامعه به بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری ایجاد نماید.

در پایان باید اذعان داشت که سال پیش‌رو بی‌شک سالی دشوار برای تمامی اقشار جامعه خواهد بود، اما باید به خاطر داشت که انسان‌های بزرگ، افرادی هستند که توانایی تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها را دارند و لازمه‌ی این مهم، تفکر، اندیشه‌ورزی، یادگیری و خلاقیت است.

۱- در چنین شرایطی، شرکت‌های بیمه، باید محصولات خود را متناسب با شرایط جدید اقتصاد کشور و شرایط جدید اجتماعی به‌روز نمایند. بدین معنی که محصولاتی که سودآوری سرمایه‌گذاری در بیمه را در بلندمدت و در بازه‌های زمانی ۲۰ و ۳۰ ساله توجیه می‌نمودند، دیگر پاسخ‌گوی نیاز امروز جامعه‌ی ایران نخواهد بود.

بنابراین بیمه‌گران باید تلاش کنند محصولاتی را طراحی و به بازار عرضه نمایند که سرمایه‌گذاری در آن‌ها را برای بیمه‌گذاران در شرایط فعلی، توجیه‌پذیر نموده و جذابیت‌های جدیدی برای سرمایه‌گذاری در بیمه‌های عمر ایجاد نمایند. از سوی دیگر در صورتی که شرکت‌های بیمه تلاش دارند تمرکز خود را از عرصه‌ی سرمایه‌گذاری در بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری به سمت خدمات و پوشش‌های بیمه‌ای و فروش آن‌ها در بازار معطوف نمایند، لازم است که تغییراتی نیز در میزان خدمات بیمه‌ای ارائه شده به مشتریان صورت گیرد تا جذابیت حاصل از این خدمات جدید، جایگزین جذابیت سرمایه‌گذاری در بیمه‌های گذشته شود و بیمه‌گران بتوانند هم-چنان سهم خود را در بازار حفظ نمایند.

۲- شبکه‌ی فروش بیمه نیز در این شرایط، فارغ از آن‌که شرکت‌های بیمه چه رویکردی را اتخاذ خواهند نمود، می‌توانند با اتخاذ رویکردی متناسب با شرایط کنونی اقتصاد کشور، زمینه‌ساز تحول در فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری شوند.

در سال‌های اخیر شاهد بوده‌ایم که اکثریت فعالان حاضر در شبکه‌ی فروش بیمه-های عمر و سرمایه‌گذاری، تمرکز خود را در فروش بیمه‌های عمر، به سرمایه‌گذاری بلندمدت در این بیمه‌نامه‌ها معطوف نموده‌اند و با توجه به شرایط تورمی اقتصاد کشور در ۵ سال گذشته، این رویکرد، موجب آسیب جدی به مقبولیت بیمه‌های

همکار گرامی

با تیم مشاوره نوبنی باش

فروش خود را افزایش و نمایندگی خود را توسعه دهید

