

در هزاره سوم، نیروی انسانی با ارزش ترین سرمایه و بزرگترین دارایی هر کشور و به طبع سازمان‌ها محسوب می‌شود که با استفاده بیشتر نه تنها...

صفحه ۴



میرفخرایی: در آئین نامه جدید تعیین کارمزد نمایندگان و کارگزاران تغییرات مثبتی در موارد مختلف به نفع نمایندگان و کارگزاران صورت گرفته است.

صفحه ۲



تغییرات اعمال شده در آئین نامه جدید تعیین کارمزد؛ به نفع شبکه فروش است

رشد صنعت بیمه خلیج فارس تا سال ۲۰۱۷

بیمه نوین حامی جشنواره زیبایی اسب‌های اصیل

نیروی انسانی دانش‌مدار و اخلاق‌گرا؛ اصلی‌ترین پشتوانه موفقیت یک سازمان



حالت خبر نمی‌کند

حضور رسانه‌ای مؤثر بیمه در ایران نیازمند بازسازی و تقویت تعامل بین صنعت بیمه و اهالی رسانه و از همه مهم‌تر شناخت ظرفیت‌های دو سویه است.

ساختن ذهنیتی مثبت و آگاه از این صنعت، شناخت دامنه وسیع خدمات، آشنایی با تنوع محصولات و از همه مهم‌تر اعتمادسازی عمومی که صنعت بیمه به شدت نیازمند آن است، کاری است که خبرنگاران به خوبی از عهده آن بر خواهند آمد.

خبرنگاران می‌توانند هدایت‌گران خوبی برای جلب افکار عمومی به سمت بیمه به عنوان یک کالای اساسی باشند. باید گفت اکنون زمان آن رسیده است که واگرایی‌ها به سمت همگرایی هدایت شود. ۱۷ مرداد ماه مصادف با روز خبرنگار بود، این روز را به همه تلاشگران این عرصه به خصوص همکاران حوزه بیمه تبریک می‌گوییم.

امروزه حتی با وجود پیشرفت‌های تکنولوژیکی ارتباطی و توسعه پرشتاب شبکه‌های اجتماعی، خبرنگاران همچنان به عنوان چشم بینا، زبان گویا و وجدان بیدار هر جامعه‌ای شناخته می‌شوند و عهده‌دار نقشی جدی در امر اطلاع‌رسانی هستند. چراکه همواره سبک زندگی و الگوی رفتاری میلیون‌ها انسان در جهان از پیام ساخته شده توسط رسانه‌ها شکل می‌گیرد. پیامی که حاوی الگوی‌های ابزاری و ترسیم‌کننده خطوط و جریان‌ات اجتماعی و اقتصادی و... هر جامعه‌ای است.

نگاهی به حضور صنعت بیمه کشور در رسانه‌ها، حلقه مفقوده ارتباطی بین این صنعت و پیام‌رسانان این حوزه را باز می‌نمایاند و این نکته را که زنجیره گسسته بین این صنعت و فرهنگ جامعه ایرانی توسط رسانه متصل شدنی است را یادآوری می‌کند.

یادداشت

سردبیر

حلقه مفقوده بیمه و رسانه



خبریک

تغییرات اعمال شده در آئین نامه جدید تعیین کارمزد؛ به نفع شبکه فروش است

سهراب میرفخرایی: در آئین نامه جدید تعیین کارمزد نمایندگان و کارگزاران تغییرات مثبتی در موارد مختلف به نفع نمایندگان و کارگزاران صورت گرفته است.

معاونت امور شعب و بازاریابی بیمه نوین در خصوص تفاوت آئین نامه تعیین کارمزد نمایندگان و کارگزاران (شماره ۸۳) مصوب شورای عالی بیمه نسبت به آئین نامه های گذشته گفت: در آئین نامه جدید تغییراتی نسبت به آئین نامه قبلی مشاهده می شود. به عنوان مثال در کارمزد بیمه مسئولیت مدنی شخص ثالث اجباری و مازاد اختیاری و حوادث راننده در مورد نمایندگان حقیقی از ۵ به ۴ و در مورد نمایندگان حقوقی از ۷ به ۵ درصد کاهش یافته است.

وی در ادامه تصریح کرد: اعمال کاهش درصد کارمزد در این رشته ها نیز به دلیل فروش آسان بیمه نامه و اجباری بودن آن منطقی به نظر می رسد.

وی افزود: در مورد سایر رشته ها تغییری از نظر میزان درصد کارمزد مشاهده نمی شود و در هزینه صدور و کارمزد پلکانی نیز با توجه به سقف مبلغ حق بیمه تغییراتی به نفع نمایندگان صورت گرفته است.

میرفخرایی درباره تغییرات صورت گرفته در خصوص کارمزد کارگزاران حقیقی و حقوقی تصریح کرد: پیش از این کارمزد کارگزاران حقیقی و حقوقی کمتر از نمایندگان حقیقی و حقوقی بود اما در آئین نامه جدید تغییراتی مثبتی به نفع کارگزاران نیز اعمال شده است.

معاونت امور شعب و بازاریابی بیمه نوین تغییرات انجام گرفته را به نفع شبکه فروش ارزیابی کرد و گفت: سقف حق بیمه در رابطه با پرداخت کارمزد پلکانی به میزان ۵ برابر گردیده یعنی از ۵۰۰ میلیون ریال به دو میلیارد و پانصد میلیون ریال افزایش یافته است. هم چنین این افزایش شامل هزینه صدور از سقف ۱۰۰ میلیون ریال به ۵۰۰ میلیون ریال را گردیده است.

وی در خصوص کارمزد تعیین شده برای کارهای دولتی گفت: از این پس به کارهای دولتی که توسط نمایندگان به شرکت های بیمه ارجاع می گردد، معادل ۲۵ درصد کارمزد مصوب تعلق می گیرد. این عامل خود باعث انگیزه بیشتر برای نمایندگان جهت بازاریابی و دستیابی به پرتفوی بیمه گذاران عمده و بزرگ را فراهم می نماید.

میرفخرایی به اهمیت پرداخت کارمزدها به نمایندگان و کارگزاران اشاره کرد و گفت: شرکت های بیمه موظفاند کارمزد نمایندگان را پس از دریافت اسناد و مدارک مثبت، مبنی بر وصول حق بیمه و واریز به حساب شرکت در اسرع وقت پرداخت نمایند. عرفاً پنجم یا دهم هر ماه کارمزد شبکه فروش مربوط به ماه قبل محاسبه و به حساب شبکه فروش واریز می گردد.

وی در پایان تصریح کرد: در سنوات گذشته رسید وصول حق بیمه و فیش های واریزی به صورت دستی به امور مالی شرکت ها تحویل و کارمزد نمایندگان به صورت دستی محاسبه و پرداخت می گردید. خوشبختانه در حال حاضر موضوع واریز حق بیمه و پرداخت کارمزد کاملاً سیستمی بوده و در صورت واریز حق بیمه به صورت سیستمی کارمزد محاسبه و به حساب نمایندگان واریز می گردد.

با اجرای طرح بیمه آتیه کودکان آسمانی بیمه نوین؛ ۱۱ هزار کودک تحت حمایت بهزیستی بیمه شدند

رئیس دبیرخانه مشارکت های مردمی سازمان بهزیستی کشور با اشاره به اینکه کودکان تحت حمایت سازمان بهزیستی هنگام ترخیص نیازمند داشتن سرمایه برای زندگی هستند، اعلام کرد: طرح بیمه آتیه کودکان آسمانی برای ۱۱ هزار نفر از این کودکان اجرا شده است. محمد نصیری؛ رئیس دبیرخانه مشارکت های مردمی سازمان بهزیستی کشور با اعلام این مطلب گفت: تاکنون پنج هزار نفر از کودکان بهزیستی توسط خود سازمان و شش هزار کودک نیز توسط خیرین بیمه شده اند و این طرح با همکاری «بیمه نوین» انجام و تمام اقدامات مربوط به حامی یابی، معرفی این طرح به خیران و تبلیغ آن توسط بیمه نوین صورت می گیرد.

رئیس دبیرخانه مشارکت های مردمی سازمان بهزیستی کشور مشکل اصلی در خصوص حمایت از فرزندان که در شیرخوارگاه ها و مراکز شبه خانواده نگهداری می شوند را تأمین آتیه این کودکان عنوان و اظهار کرد: وقتی این کودکان از مراکز ما ترخیص می شوند نیازمند تأمین جهیزیه، مسکن، اشتغال و ... هستند که برای این کار طرح پیشرفته بیمه آتیه کودکان آسمانی اجرامی شود.

گفتنی است طرح بیمه کودکان آسمانی به ابداع شرکت بیمه نوین به خیرین و افراد نیکوکار این امکان را خواهد داد تا با تحت پوشش قرار دادن کودکان مددجو آینده ای سالم و روشن پیش روی آنها قرار دهند. در این پروژه کلیه فرزندان تحت پوشش سازمان بهزیستی اعم از فرزندان شبه خانواده و فرزندان زنان سرپرست خانوار و ... این امکان را دارند بدون محدودیت سنی توسط خیرین تحت پوشش بیمه قرار بگیرند.

ماهنامه خبری، تحلیلی
پیام نوین

Monthly
Payam-e-Novin

خبر



شماره ۵۰
مرداد ماه ۱۳۹۲

۲

شعبه کرمانشاه برگزار می‌کند؛ دوره‌های آموزشی فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری

اولین جلسه دوره‌های آموزشی فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری در شعبه کرمانشاه برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه نوین، این دوره‌ی آموزشی با هدف ایجاد انگیزه و بالا بردن توان فنی شبکه فروش در استان کرمانشاه با تدریس حمید امامی و با حضور نمایندگان این شعبه برگزار می‌شود.

قوانین موفقیت در بازاریابی و فروش بیمه عمر، فلسفه فروش بیمه عمر، مثبت اندیشی و روش‌های مشتری‌یابی و تکنیک‌های ایجاد رابطه از جمله مباحث اصلی مطرح شده در نخستین جلسه این دوره آموزشی بود.

ماهنامه خبری، تحلیلی پیام نوین

Monthly Payam-e-Novin

خبر

اصطلاحات رایج در بیمه

بیمه درمانی گروهی

(Group Permanent Health Insurance)
بیمه‌ای است که کارفرمایان اخذ می‌کنند، تا کارگران یا کارکنان را در قبال هزینه درمان بیماری‌ها تحت پوشش قرار دهند.

ریسک‌های خالص

(Pure Risk)

ریسک‌هایی هستند که احتمال خسارت یا عدم خسارت دارند، بنابراین خطرات طبیعی یا پیامدهای ناشی از اشتباهات انسانی معمولاً فقط ریسک‌های خالص هستند.

مستمری

(Pension)

حقوقی است که بعد از بازنشستگی به افراد پرداخت می‌شود.

بیمه شکست ماشین‌آلات

(Mechanical Breakdown Insurance)

پوشش هزینه خراب شدن ماشین‌آلات، اتومبیل و لوازم منزل، با این بیمه انجام می‌گیرد.

معرفی شعب برتر بیمه نوین در فروش بیمه عمر

به گزارش روابط عمومی بیمه نوین، بنا بر گزارش مدیریت بیمه‌های اشخاص، هفت شعبه برتری که موفق شده‌اند در چهار ماهه اول سال جاری بیشترین نسبت فروش بیمه عمر (تشکیل سرمایه) را در مجموعه پرتفوی خویش کسب نمایند معرفی شدند. جدول اسامی شعب در جدول پیوست آمده است.

ردیف	نام شعبه	درصد پرتفوی
۱	شعبه قم	۳۵/۸٪
۲	شعبه ساری	۳۱/۸٪
۳	شعبه ارومیه	۳۰/۶٪
۴	شعبه زنجان	۲۹/۲٪
۵	شعبه اهواز	۲۶/۳٪
۶	شعبه رشت	۲۳/۵٪
۷	شعبه تبریز	۲۱/۵٪

برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه بانک اقتصاد نوین

با برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه بانک اقتصاد نوین، صورت‌های مالی بانک برای سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ۱۳۹۱ به تصویب سهامداران رسید.

به گزارش روابط عمومی بانک اقتصاد نوین، مجمع عمومی عادی سالانه این بانک، پس از قرائت گزارش حسابرس قانونی و بازرس مستقل بانک، صورت‌های مالی سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ۱۳۹۱ بانک اقتصاد نوین به تصویب سهامداران رسید.

بنابر تصمیم سهامداران حاضر در مجمع، مقرر شد به هر سهم بانک اقتصاد نوین برای سال مالی ۱۳۹۱، مبلغ ۳۸۰ ریال سود خالص پرداخت گردد.

ده نماینده موفق بیمه نوین در فروش بیمه عمر معرفی شدند

به گزارش روابط عمومی بیمه نوین، بنا بر اعلام مدیریت بیمه‌های اشخاص، ده نماینده برتری که در چهار ماهه نخست سال جاری بیشترین رقم را در فروش بیمه عمر؛ تشکیل سرمایه به خود اختصاص داده‌اند، معرفی شدند.

خانم‌ها و آقایان علی ترابی، رضا شاکری با زیر مجموعه، بهاره سامرئی، علوی نژاد با زیر مجموعه، مرتضی آزاد، ایمان مقدسی، افسانه جهانپور، زهرا توحیدی، رامین مکوندی و امیرحسین فارسینان به عنوان نمایندگان برتر بیمه نوین در این حوزه معرفی شدند.



نیروی انسانی دانش مدار و اخلاق گرا؛ اصلی ترین پشتوانه موفقیت یک سازمان

خدمات سازمان یا مؤسسه تأثیر بسیاری داشته باشد.

یعنی اگر ما عامل انسانی را از سازمان حذف کنیم آنچه باقی می ماند عوامل و امکاناتی نظیر ساختمان و تجهیزات است که به خودی خود قابل استفاده نبوده و ارزشی نخواهد داشت. در یک محیط کاری این انسان است که از اشیاء و امکانات موجود برای ارتقا، بهبود و تکامل یک سیستم استفاده می کند و وجود نیروی انسانی دانش مدار و اخلاق گرا؛ به عنوان اصلی ترین پشتوانه موفقیت یک سازمان به شمار می رود. بنابراین با عامل انسانی باید در نهایت عزت و احترام و مطابق با کرامت انسانی او برخورد شود.

■ چالش های موجود در حوزه منابع انسانی در شرکت های بیمه را چه مواردی می دانید؟ آیا پیشنهاد و یا طرحی در این حوزه دارید؟ مهم ترین چالش پیش رو جذب و نگهداری نیروی انسانی متخصص است. اما بهترین راه کار در این حوزه پیاده سازی مدل تعالی منابع انسانی است. این مدل تعیین می کند که یک سازمان به چه منابع انسانی، با چه

در هزاره سوم، نیروی انسانی با ارزش ترین سرمایه و بزرگترین دارایی هر کشور و به طبع سازمان ها محسوب می شود که با استفاده بیشتر نه تنها کاهش نیافته بلکه به صورت فزاینده نیز توسعه پیدا می کند. اهمیت این بخش از یک سازمان به همراه پیچیدگی ها و چالش های این حوزه موضوع صحبت ما با مجید محمدی؛ مدیر امور اداری و منابع انسانی شرکت بیمه نوین قرار گرفت.

■ از نظر شما جایگاه منابع انسانی و اهمیت تقویت آن در رشد یک سازمان چیست؟

بر اساس نظریات جدید در حوزه مدیریتی، نیروی انسانی هر سازمان از مهمترین منابع آن سازمان محسوب می شود و بدون تردید می توان گفت که امروزه یکی از شاخص ها وجه تمایز بین کشورهای توسعه یافته و توسعه نیافته، نیروی انسانی سازمان های کشورها به شمار می آید. نیروی انسانی دانش مدار با کارایی و تخصص مناسب از جمله مهمترین ارکان یک سازمان است که با دانش و تخصص خود می تواند در روند رو به رشد و ارائه

تبلیغات به روش دیوید اگیلوی

«دیوید اگیلوی» از بزرگترین مردان صنعت تبلیغات در قرن بیستم بود. وی به دلیل جملات نغزی که در مورد تبلیغات به کار می برد بسیار شهرت داشت و بعضاً جملات وی به «اگیلیسم» مشهور شد. وی در ۳۹ سالگی وارد حرفه تبلیغات شد و تا آن زمان شغل های بسیار مختلفی را از فروختن بخاری درب منازل تا سرآشپزی در پاریس امتحان کرده بود.

اگیلوی به شدت معتقد بود که هدف اصلی تبلیغات، فروش است. آنچه او بدان اعتقاد داشت تبلیغ مشتری پسند بود. وی معتقد بود تبلیغ باید واضح، روشن و روان باشد و مطالب تبلیغ با ویژگی های کالای مورد نظر ۱۰۰ درصد تطابق داشته باشد. تبلیغاتی که او طراحی می کرد همواره بر خصوصیات منحصر به فرد آن محصول تکیه داشت. در آگهی تبلیغاتی که در سال ۱۹۵۸ برای رولزرویس ساخت با غرور تمام گفت: «وقتی با سرعت ۶۰ مایل در ساعت، با این رولزرویس می رانید، بلندترین صدایی که می شنوید، صدای ساعت الکتریکی است!»

و اما چند جمله معروف وی:

- افرادی که عناوین را می خوانند به طور متوسط ۵ برابر بیشتر از افرادی هستند که متن را می خوانند. وقتی که عنوان را نوشتید، ۸۰ سنت از یک دلار را خرج کرده اید.
- هرگز تبلیغی ننویسید که تمایلی ندارد همسران آن را بخوانند. مسلماً به همسران دروغ نمی گوید پس به همسر من نیز دروغ نگویند.
- تک تک لغات تبلیغ باید معنی دار و هدفمند باشد.
- چیزهای منحصر به فرد را تبلیغ کنید.

ماهنامه خبری، تحلیلی
پیام نوین

Monthly
Payam-e-Novin

خبر



شماره ۵۰
مرداد ماه ۱۳۹۲

۴

با میزبانی بیمه نوین جلسه شورای هماهنگی بیمه‌های بازرگانی استان بوشهر برگزار شد

با حضور کلیه رؤسای شرکت‌های بیمه بازرگانی استان بوشهر جلسه شورای هماهنگی استان به میزبانی بیمه نوین برگزار گردید.

به گزارش روابط عمومی بیمه نوین، در این نشست مباحثی مانند اهمیت نقش و جایگاه شورای هماهنگی بیمه در پیشبرد اهداف عالی صنعت بیمه، عدالت اجتماعی مطرح گردید.

همچنین در پایان این مراسم محمد صادق حاجیان؛ رئیس شعبه بوشهر بیمه نوین به عنوان دبیر شورای هماهنگی شرکتهای بیمه بازرگانی استان بوشهر انتخاب گردید.

پرسنل، ارائه بیمه‌های درمان، عمر و حوادث به پرسنل، برگزاری دوره‌های ورزشی برای پرسنل، اقدام به تامین امکانات ایاب و ذهاب و اسکان پرسنل و ارائه کارت‌های چند منظوره ورزشی - رفاهی و تفریحی بخشی از امکانات رفاهی در نظر گرفته شده برای پرسنل شرکت بیمه نوین است.

■ **۴ شهر بومر در تقویم به عنوان روز کارمند نام گذاری شده است.** از نظر شما به عنوان مدیر منابع انسانی شاخص‌های یک کارمند نمونه چیست؟

رعایت و گسترش ارزش‌ها در محیط کار، پایداری به اصول و ارزش‌ها در سازمان، انجام امور محوله با کیفیت مناسب و ارائه خدمت به بهترین وجه یعنی دقیق، کامل و بی نقص، به کارگیری مهارت و نشان دادن کوشش و تلاش در امور محوله، ارائه مؤدبانه خدمت به ارباب رجوع و تکریم آنان و رعایت قوانین سازمان و سلسله مراتب اداری مهم‌ترین شاخص‌های شناخت یک کارمند نمونه است.

شایستگی‌هایی، برای چه مشاغل و در چه زمانی نیاز دارد و با به کارگیری رویکردها و فنون پیشرفته جذب و استخدام، افرادی که از توانایی و شایستگی‌های لازم برای عضویت در سازمان برخوردار باشند را جذب می‌کنند و یا درون سازمان پرورش می‌دهد.

■ **در جذب نیروی کار بیشتر چه شاخصه‌هایی را مد نظر دارید؟**

شرکت بیمه نوین با در نظر گرفتن برخی توانایی‌های علمی و فنی و با توجه به سوابق کاری مفید وی به همراه برخی خصوصیات شخصی در فرد مانند هوش، علاقه، شخصیت و اخلاق حرفه‌ای که در محیط کار از اهمیت بالایی برخوردار است را در جذب نیروی کار لحاظ می‌کند.

■ **برنامه‌ها و امکانات رفاهی در نظر گرفته شده برای کارکنان بیمه نوین چیست؟**

پرداخت کمک‌های نقدی و غیر نقدی به پرسنل، اعطای وام‌های ضروری بر حسب ضرورت بین

بیمه آنلاین در کره جنوبی

دولت کره جنوبی اعلام کرد که بازار بیمه عمر این کشور در حال تجربه رشد سریعی است. فعالان صنعت بیمه در کره جنوبی بر این باورند که انتظار می‌رود با ورود افراد بیشتر، بازار بیمه عمر آنلاین این کشور حدود ۱۰ درصد رشد داشته باشد.

در گزارشی به نقل از «ایشا اینشورنس ریویو» آمده است که اکثر بیمه‌گران بزرگ در این کشور آسیایی در صدد ورود به بازار آنلاین هستند و تمامی آنان تا پایان سال جاری میلادی به این شبکه ملحق خواهند شد.

فروش آنلاین بیمه‌نامه عمر در سئول توسط شرکت «کی.دی.بی لایو» در ماه نوامبر آغاز شد. این اشتیاق پس از آن به وجود آمد که شرکت‌هایی مانند «کیوبو لایو» و «سامسونگ لایو» دو بیمه‌گر بزرگ فعال در کره جنوبی، اعلام کردند که تا چند ماه دیگر محصولات خود را آنلاین به فروش می‌رسانند.



بیمه نوین

حامی جشنواره زیبایی اسب‌های اصیل

■ شرکت بیمه نوین به عنوان حامی در نخستین دوره جشنواره «زیبایی اسب‌های اصیل» حضور داشت. شرکت بیمه نوین با تحت پوشش بیمه قرار دادن این دوره از مسابقات به عنوان اسپانسر این جشنواره سراسری حضور داشت. همچنین غرفه این شرکت در بخش جانبی این جشنواره برپا و کارشناسان این شرکت پاسخگوی سئوالات بازدیدکنندگان و شرکت‌کنندگان بودند. اولین دوره جشنواره «زیبایی اسب‌های اصیل» پنجشنبه و جمعه شب ۲۴ و ۲۵ مرداد ماه سایت ورزشی برج میلاد تهران برگزار گردید.



حمایت مالی بیمه نوین از بنیاد خیریه سپهر

شرکت بیمه نوین با در نظر گرفتن نقش و ایفای تعهد اجتماعی خود، از بنیاد خیریه سپهر حمایت مالی نمود. در متن تقدیر رئیس هیأت مدیره این بنیاد از مدیرعامل شرکت بیمه نوین آمده است: «سپاس خدای رحمان را که به یمن عنایتش، نهال وجودتان را به باران صفای کرامت و نوع دوستی طراوت بخشید. حضور شرکت بیمه نوین در جمع یاوران سپهر و تلاش تان برای گسترش فرهنگ ارزشمند نیکوکاری را ارج می نهیم و تداوم آن را از درگاه ایزد یکتا آرزومندیم.»

برگزاری دومین دوره آموزشی بازاریابی تخصصی توسط شعبه ارومیه

دومین دوره آموزشی بازاریابی تخصصی و محاسبات فنی بیمه‌های عمر شرکت بیمه نوین در استان آذربایجان غربی برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه نوین، این دوره آموزشی با هدف بالا بردن دانش فنی نمایندگان در زمینه فروش، افزایش انگیزه و روحیه اعتماد به نفس در شبکه فروش برگزار شد.

لزوم وجود برنامه منسجم برای فروش، افزایش کیفیت خدمات، تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها، تکمیل بانک اطلاعاتی منظم از مشتریان فعلی و تداوم ارتباط با آنها و رعایت اخلاق حرفه‌ای از جمله مباحث مطرح شده در بخش آموزشی بازاریابی بود که توسط دکتر حامد قدس، ریاست دفتر منطقه شش بیمه نوین ارائه گردید. همچنین بخش محاسبات فنی بیمه‌های عمر نیز توسط یاسر قلاتی آموزش داده شد.

گفتنی است دوره‌های آموزشی بازاریابی تخصصی بیمه‌های عمر در استان آذربایجان غربی طی ۴ نوبت برگزار می‌شود و دوره‌های بعدی در شهریور و مهر ماه برگزار خواهد شد.



رشد صنعت بیمه خلیج فارس تا سال ۲۰۱۷

«مرکز تجاری کویت» در آخرین تحلیل خود در خصوص صنعت بیمه در منطقه خلیج فارس آورده است با وجود آنکه وضعیت بازار بیمه کشورهای حوزه خلیج فارس در قیاس با کشورهای اروپایی و ایالات متحده آمریکا مناسب نیست اما گمان می‌رود رغبت شهروندان کشورهای حوزه خلیج فارس به خرید پوشش‌های بیمه‌ای در آینده افزایش پیدا کند.

در ارزیابی موسسه «استاندارد اند پورز» آمده است که بازار بیمه در کشورهای حوزه خلیج فارس آینده درخشانی دارد و کشورهای این منطقه در آینده یکی از بالاترین نرخ‌های رشد بازار بیمه را در بین کشورهای جهان خواهند داشت.

فرصت‌ها برای شرکت‌های محلی و بین‌المللی بسیار فراوان است و این مسئله رقابت‌ها را افزایش داده و محیط چالشی را برای بیمه‌گران به وجود آورده است. به هر حال با وجود فرصت‌های قوی در خلیج فارس، انتظار می‌رود که کل صنعت بیمه تا پایان سال ۲۰۱۵، سود تقریبی ۲۸ میلیارد دلاری را تجربه کند و این رقم تا سال ۲۰۱۷ به رقم ۴۰ میلیارد دلار برسد. این منطقه همچنین موقعیت جغرافیایی مطلوبی دارد؛ رشد جمعیت جوان و طبقه متوسط در چند سال آینده به شکوفایی صنعت بیمه کمک شایانی خواهد کرد. از سوی دیگر، انتظار می‌رود که بخش بیمه غیرعمر نزدیک به ۸۷ درصد رشد داشته باشد. میزان درآمد این بخش در سال ۲۰۱۲ میلادی حدود ۱۴,۱ میلیارد دلار بوده است. این در حالی است که بخش بیمه عمر، درآمدی در حدود ۲,۱۸۵ میلیارد دلار را در سال ۲۰۱۲ ثبت کرده است. در این گزارش تاکید شده است که بیمه درمان به دلیل اجباری شدن آن در بسیاری از کشورها، تاکنون رشد خوبی داشته است. افزایش جمعیت و بالا رفتن آگاهی باعث شده که بیمه درمان در خلیج فارس به ارزشی در حدود ۴,۶۹ میلیارد دلار برسد.

کشورهای خلیج فارس در سال‌های گذشته توانسته‌اند به استانداردهای جهانی صنعت بیمه نزدیک شوند؛ عدم انطباق با معیارهای جهانی مشکلات بی‌شماری را برای بیمه‌گران در این منطقه به وجود آورده بود.

پیش از این گزارش شده بود که رشد کند صنعت بیمه در عربستان به مانع بزرگی برای پیشرفت و بهبود این بازار در منطقه خلیج فارس تبدیل شده است. عربستان دومین بازار بزرگ بیمه را در میان کشورهای شورای همکاری خلیج فارس دارد. میزان حق بیمه در این کشور در سال ۲۰۱۲ میلادی ۵,۴ میلیارد دلار گزارش شده است. اما صنعت بیمه قطر در سال‌های گذشته رشد خوبی را تجربه کرده است و انتظار می‌رود که این کشور از همسایگان خود در منطقه خلیج فارس پیشی بگیرد.

ضریب نفوذ بیمه نیز از رقم ۱,۱ درصدی در سال ۲۰۱۲ به دو درصد در سال ۲۰۱۷ خواهد رسید؛ البته این افزایش به میزان تولید ناخالص داخلی کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس وابستگی شدید دارد.

منبع: صنعت بیمه

۱- خسارت و هزینه‌های قابل تأمین در بیمه‌های آتش سوزی کدام است؟

- الف- خسارت مستقیم ناشی از خطرهای بیمه شده
- ب- خسارت و هزینه ناشی از اقدامات لازم که به منظور جلوگیری از توسعه خسارت صورت گیرد.
- ج- خسارت و هزینه ناشی از نقل ضروری مورد بیمه به منظور نجات آن از خطرهای بیمه شده
- د- همه موارد

۲- کدام یک از جملات زیر صحیح است؟

- الف- بیمه‌نامه باربری وارداتی پس از رسیدن کالا به گمرک مقصد قابل تمدید نیست.
- ب- بیمه‌نامه باربری وارداتی در صورت ارسال درخواست بیمه‌گذار در مدت اعتبار بیمه‌نامه قابل تمدید است.
- ج- بیمه‌نامه باربری وارداتی در صورت ارسال درخواست بیمه‌گذار در مدت اعتبار بیمه‌نامه با پرداخت حق بیمه اضافی قابل تمدید است.
- د- بیمه‌نامه باربری وارداتی پس از رسیدن کالا به مقصد نهایی قابل تمدید است.

۳- کدام شرط مربوط به پوشش بیمه زلزله ساختمان‌های مقاوم در برابر زلزله است؟

- الف- شرایط عمومی
- ب- شرایط خصوصی
- ج- شرایط خاص
- د- شرایط آئین‌نامه ۲۸۰۰

برنده شماره قبل: جناب آقای حسن پور حسینی

پاسخ‌های شماره قبل: ■ سؤال ۱ گزینه ج ؛ ■ سؤال ۲ گزینه د؛ ■ سؤال ۳ گزینه الف

موفقیت و سقراط



مرد جوانی از سقراط رمز موفقیت را پرسید. سقراط به مرد جوان گفت که صبح روز بعد به نزدیکی رودخانه بیاید. هر دو حاضر شدند. سقراط از مرد جوان خواست که همراه او وارد رودخانه شود. وقتی

وارد رودخانه شدند و آب به زیر گردنشان رسید سقراط با زیر آب بردن سر مرد جوان، او را غافلگیر کرد. مرد تلاش می‌کرد تا خود را رها کند اما سقراط مانع او می‌شد. سر مرد جوان را مدت‌تی زیر آب نگاه داشت. سقراط سر مرد جوان را از آب خارج کرد و اولین کاری که مرد جوان انجام داد کشیدن یک نفس عمیق بود.

سقراط از او پرسید: در آن وضعیت تنها چیزی که می‌خواستی چه بود؟

پسر جواب داد: «هوا»

سقراط گفت: «این راز موفقیت است! اگر همان‌طور که هوا را می‌خواستی در جستجوی موفقیت هم باشی بدستش خواهی آورد»

یافتن دستمزد خواستن است، رمز دیگری وجود ندارد!

فراخوان:

این پنجاهمین شماره پیام نوین است که پیش رویتان قرار دارد، نشریه‌ای که در این سال‌ها همراه خانواده بیمه نوین بوده است. اما حالا وقت آن رسیده است که شما نیز همراه و همگام ما باشید و جایگاه خود را در مسیر رشد این نشریه به اثبات برسانید. اگر مطلبی یا حرفی برای خوانده شدن دارید این نشریه جای آن است. منتظر کلیه مطالب شما از مقالات و یادداشتهای بیمه‌ای تا آثار هنری تان هستیم.

روابط عمومی

انتصاب

طی حکم‌های جداگانه‌ای از سوی مدیرعامل بیمه نوین؛

آقایان: حمیدرضا شماخی به عنوان رئیس اداره سرمایه‌گذاری و امور شرکتهای - محمد قلندری به عنوان معاونت شعبه کرمان

- شهاب‌الدین سماوی به عنوان رئیس اداره امور شعب

- وحید قدس به عنوان معاون شعبه قزوین **خانم‌ها:** اکرم شمس‌الدینی به عنوان رئیس اداره حقوقی

- مهسا حکمی به عنوان رئیس اداره صدور بیمه‌های باربری

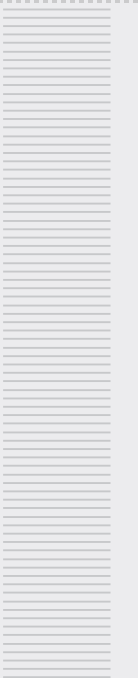
منصوب شدند. ضمن تبریک به این عزیزان برایشان آرزوی موفقیت می‌کنیم.

تبریک تولد

خانم‌ها ناهید عباسی، عاطفه فراهانی، پیمان تاجیک، نسرين یکتاپرست، لیلا پایان، فاطمه قلی‌زاده، نازنین شهزاد، سارا اکبری، ثریا عابدی، ناهید معماری، راضیه مقنی، ملکه هاشمی، الناز ابی‌زاده، شیوا شبانی، مژگان اکبری، فرزانه اسدی و آقایان احمد ستاریان، حسین رستمی، عباس اوجاقلو، بابک یحیی‌زاده، سامان جولائی، محمداسماعیل مالک، شهاب‌الدین سماوی، مهدی برقانی، محمد ابراهیمی، وحید بیطرفان، سیدعلیرضا حسینی، علی محمد شیرین‌فشان، محمد صادق حاجیان، مجتبی نوترکش، سعید اقتصادخواه، حبیب بیگ‌زاده، محمود انوری، مهدی خالدی پور، محسن سلیمانی، ایمان جهانبازی، حسین طالب پور، سعید عباس‌زاده، جعفر بوداگی، ابوالفضل حیدرنژاد و میلاد تربتی نژاد متولد مرداد ماه تولدتان بهانه‌ای است برای صمیمانه‌ترین شادباش‌ها و قدردانی از زحمات فراوان تان در شرکت بیمه نوین، تبریک ما توأم با آرزوی بهترین‌ها برای روزهای پیش رو را پذیرا باشید.

تبریک تولد فرزند

همکاران گرامی؛ آقایان هادی حسین پناهی و مهدی کریمیان تولد ارمغان زندگی تان را صمیمانه تبریک می‌گوییم. امیدواریم قدم‌های فرشته‌های کوچک تان روح بخش زندگی و سروش شادی تان باشد.





عید فطر؛ عید شکرانه توفیق بندگی و بهره از دریای بی کران رحمت الهی را تبریک می‌گوییم.

Payam-e-Novin Monthly

آدرس پورتال: www.novininsurance.com
پست الکترونیک: info@novininsurance.com
تلفن روابط عمومی: ۲۲۲۷۱۷۳۱ - دورنگار: ۲۲۹۲۳۸۴۶
نشانی: تهران - بلوار میرداماد - میدان مادر - خیابان بهروز - نبش خیابان یکم - پلاک ۱۱
کد پستی: ۱۹۱۱۹۳۳۱۸۳ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۸۸

شماره ۵۰ مرداد ۱۳۹۲
ماهنامه خبری، تحلیلی پیام‌نوین
تهیه و تولید: روابط عمومی شرکت بیمه نوین
زیر نظر هیئت تحریریه
سردبیر: آرش بابایان
دبیر تحریریه: زهره گلدار
گرافیک: شهرزاد خباز، فریبا امامی
عکس: احمد ستاریان



ز تو با تو را ز گویم به زبان بی زبانی
به تو از تو راه جویم به نشان بی نشانی
چه شوی ز دیده پنهان؟ که چو روز می نماید
رخ همچو آفتاب ز نقاب آسمانی
تو چه معنی لطیفی که مجرد از دلیلی؟
ز تو کی کناره گیرم؟ که تو در میان جانی
همه پرتو و تو شمعی، همه عنصر و تو روحی
همه قطره و تو بحری، همه گوهر و تو کانی
چو تو صورتی ندیدم همه مو به مو لطایف
چو تو سورتی نخواندم همه سر به سر معانی
به جنایتیم چه بینی؟ به عنایتیم نظر کن
که نگه کنند شاهان سوی بندگان جانی
بجز آه و اشک میگون نکشد دل ضعیفم
به سماع ارغونی و شراب ارغوانی
دل دردمند خواجه به خدنگ غمزه خستن
نه طریق دوستانست و نه شرط مهربانی
خواجوی کرمانی



آنچه در مورد برند نمی‌دانیم

نویسنده:

احمد ستاریان؛ معاون اداره تبلیغات

و فرآیند نام‌گذاری روی خدمات یا محصول نیست.
■ اصلاً دیدنی نیست و مفهومی است؛ از جنس ادراک
■ مشتریان مالک آن برند هستند و نه شرکت‌ها
■ پیمان و قولی است به مشتری و با اینکه مجازی است اما دقیقاً اجرا می‌شود
■ جاندار و زنده است چون در زندگی با ما زندگی می‌کند و قابلیت رشد و تکامل را دارد
■ کاهش دهنده ریسک در تجارت است اما ضامن فروش نیست
■ معرف شرکت است و شما را در سریع‌ترین و با کوتاه‌ترین جملات و معانی معرفی می‌نماید
■ یک ابزار قانونی و مورد اطمینان است
■ ایجاد ارزش افزوده برای مشتریان دارد
■ روی تجربه مشتری و مفاهیم پیچیده آن کار می‌کند (در بُعد

کارکردی درونی و در بعد نمادین آن بیرونی)
■ یک ترجیح دادن از سوی مشتری است نسبت به محصول رقبا
■ وسیله کوتاه کردن زمان تصمیم‌گیری مشتری است
■ در جایی که دو محصول از یک کارخانه با یک کیفیت وجود دارد، عامل پیروزی است
■ بیشتر درون‌سازمانی است تا برون‌سازمانی (ایجاد حالتی در مخاطب است که دیگر با قلب و احساسش تصمیم بگیرد نه با عقل!
در واقع برند فرآیند تسخیر قلب و روح و ایجاد جایگاهی خاص در ذهن مشتریان است. برند یا تصویر شرکت می‌تواند ترکیبی از دانش، احساسات، ایده‌آل‌ها و باورهای آن شرکت نزد مشتریان تعریف شود که حاصل یکپارچگی فعالیت‌های آن شرکت است. باید بدانیم برند یک فرهنگ است که خرده‌فرهنگ‌های زیادی را به همراه خواهد داشت.

تینتر - خبر

ایسنا: دبیر کار گروه تخصصی بیمه‌های اتکایی سندیکای بیمه‌گران از بازبینی آیین نامه ۷۶ مصوب شورای عالی بیمه خبر داد. مهر: مدیر عامل صندوق بازنشستگی کشوری گفت: همه ایرانیان زیر چتر نظام نوین بیمه و بازنشستگی قرار می‌گیرند. فارس: از سوی بیمه مرکزی، ظرفیت مجاز نگهداری ریسک و قبولی اتکایی برای شرکت‌های بیمه در سال ۹۲ اعلام شد. صنعت بیمه: با حضور وزیر تعاون کار و رفاه اولین شرکت بیمه تعاونی سهامی عام آغاز به کار کرد. ریسک نیوز: طرح اجباری شدن بیمه حوادث که از سوی بیمه مرکزی به مجلس ارائه شده است را می‌توان گام بزرگ و مهمی در روند فراگیری فرهنگ بیمه دانست. ایستا نیوز: نمونه اساسنامه تلفیقی بیمه و بورس توسط بیمه مرکزی و سازمان بورس و اوراق بهادار تدوین و به شرکت‌های بیمه ابلاغ شد.

سئوالاتی که امروزه برای هر سازمان به عنوان یک چالش بزرگ پیش می‌آید این است که آیا برند و سازمان ما شناخته شده است یا خیر. تعریف اکثر این سازمان‌ها از برند تعریف متداول و اشتباهی است که توسط تنورسین‌های آماتور مطرح و استفاده می‌گردد و زمانی که یک سازمان نتواند برند خود را تعریف کند و نداند که دیگران او را چگونه باید ببینند و چگونه انتخاب نمایند و با چه روشی خود را در جامعه ترویج نماید، انتظار بی‌جایی است که مخاطب به دنبال برند آنها باشد. برای هر سازمان لازم است ابتدا تعریف درستی از برند و کسب و کار خود داشته باشد.
باید دانست برند؛
■ فقط نام تجاری و لوگوی شرکت نیست
■ تنها اسم، کارکتر، علامت و سمبل نیست
■ حک شده روی کالا و خدمات