

آینه پاسارگاد

در آستانه دهمین سال فعالیت شرکت
جایگاه یکصد و دومین شرکت پرتر ایران
در بین بزرگ ترین شرکت های صنعتی، مالی و خدماتی کشور



موج های مخالف، موج های موافق

مشغول تماشای ماهی های ریزسیاه و زرد بودم که سروکله بک لاک پشت دریاچی سبز بیداشد. وقتی دیدم دارد از ساحل دور می شود سعی کردم تعقیش کنم. در تلاش برای رسیدن به آن کم آوردم و این مطلب باعث شگفتی من شد. وقتی دیدم نمی توانم به آن برسم از شنا کردن دست کشیدم. روی آب آمد و دور شدن را تماشا کردم.

آن وقت بود که درس مهم زندگی رایه من باداد. همان طور که روی آب شناور بودم متوجه شدم آن لاک پشت حرکات را با حرکات آب منطبق می کرد. وقتی موجی برخلاف جهت لاک پشت به سمت ساحل می آمد، لاک پشت از تقلای بیهوده دست می کشید و فقط آن قدر باله می زد تا موقیعاً نش را حفظ کند. وقتی کشش موج به سمت اقیانوس برمی گشت، تندتر باله می زد و از مسیر حرکت آب به نفع خود استفاده می کرد.

لاک پشت به هیچ وجه با موج های نیزی جنگید. در عوض از آن ها استفاده می کرد. من به این علت نتوانسته بودم همیشه بیش بروم و همچ دست و پا می زدم و تقلای می کردم. وقتی به ساحل برگشتم روی حوله ام نشستم و آن هارا در دفتر یادداشت های روزانه ام نوشتم.

متوجه شدم موج های مخالف زندگی من همه ادم ها، فعالیت ها و دغدغه هایی هستند که توجه، انرژی و وقت مرا از راستای هدف وجود معرف می کنند.

موج های موافق هم، ادم ها، فعالیت ها و دغدغه هایی هستند که به من کمک می کنند به هدف وجودم برسم، پس، هر چه وقت و انرژی ام را بیشتر صرف موج های مخالف کنم، وقت و انرژی کمتری برای موج های موافق دارم.

وقتی این تصویر در ذهنم زنده شد، تحرش به معنای واقعی متحول شد. از آن پس نسبت به این که در زندگی چقدر و به چه منظور تلاش و تقلای می کنم، خیلی بیشتر دقت کردم.

از کتاب کافه ای به نام چرا؟ (مکانی برای یافتن چراهای زندگی)



مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده بیمه پاسارگاد برگزار شد؛ اعتماد سهامداران بیمه پاسارگاد به اعضای هیأت مدیره، با اکثریت آراء



مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده بیمه پاسارگاد به ریاست آقای علی اکبر امین تفرشی برگزار شد و آقایان سید محمد آسوده و عباس کفایی به عنوان ناظر و آقای پیروز باستانی عضو هیأت مدیره در جایگاه منشی جلسه، او را در برگزاری مجمع همراهی کردند.



بود که بر این اساس بانک پاسارگاد (سهامی عام) و آقایان معصوم ضمیری، احمد شفیعی هنجنی، ابوالقاسم دباغ و پیروز باستانی به عنوان اعضای اصلی و شرکت تأمین آتیه سرمایه انسانی پاسارگاد (سهامی خاص) و شرکت تأمین مسکن گروه مالی پاسارگاد (سهامی خاص) به عنوان اعضای علی البدل هیأت مدیره برای مدت دو سال برگزیده شدند.

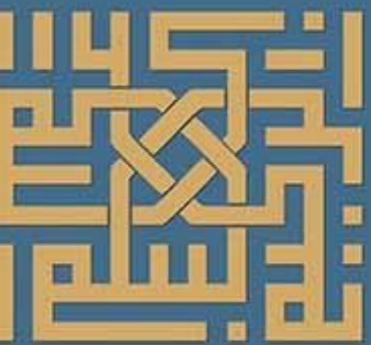
مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده صاحبان سهام بیمه پاسارگاد با حضور بیش از ۹۷/۸ درصد سهامداران روز سه شنبه، هفتم دی ماه در دانشگاه خاتم برگزار شد و دستور جلسه این مجمع به رأی سهامداران گذاشته شد.



کفتی است در این جلسه آقای پیروز باستانی عضو هیأت مدیره شرکت، گزارشی در مورد فعالیت هیأت مدیره قبلی و عملکرد ایشان در کلیه زمینه ها از جمله آخرین وضعیت پرتفوی بیمه و رشد و توسعه فعالیت های شرکت را به مجمع عمومی ارائه نمود.

انتخاب اعضاء هیأت مدیره با در نظر گرفتن شرایط مندرج در تصریه های ۲ و ۴ ذیل ماده ۲۳ اساسنامه، دستور جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده

برای انسان های موفق، در هفته،
هفت امروز وجود دارد و
برای انسان های ناموفق، هفت فردا.
تفاوت های کوچک، نتیجه های بزرگی
به بارگشی آورد...



ماهنشامه بیمه پاسارگاد

مدیر مسئول : فرامرز روحانی
مدیر داخلی : عبدالوهاب جاذبی
هیات تحریریه : خسرو فرشچان، محمد سعید الفتنی، مهرنوش نجابتی
مسئول هماهنگی و اجزا : سارا ابراهیمی
تحریریه : حمیده زمانی، ماهرخ اسدات راستی
نشانی : تهران، خیابان دکتر فاطمی، نبش هشت بهشت، شماره ۲
تلفن روابط عمومی : ۸۸۹۸۳۵۳۱-۲

ماهنشامه آئینه پاسارگاد، آئینه ای برای انتکاس دستاوردهای پاسارگادیان

همکاران، نمایندگان، کارگزاران و خواندگان عزیز ماهنشامه می توانند با ارایه مقاله ، تأثیف، گردآوری و آثار ادبی و هنری خود حامی ما در تهیه و تدوین نشریه باشند.
ماهنشامه آئینه پاسارگاد در رد با قبول آثار و مطالب مختار است و مستلزم مفاهیم مطالعه جاپ شده در ماهنشامه بر عهده شخص ارگان کننده می باشد. همچنین مطالب فائد مشخصات و مایع غیرقابل دسترسی قابل درج نمی باشد.
علاقمندان می توانند آثار و مقالات خود را از طریق پست الکترونیکی به نشانی pasargadpr@gmail.com ارسال نمایند.

در انتظار پیشنهادات و انتقادات شما

همکاران، نمایندگان، کارگزاران و بیمه گذاران محترم می توانند نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود را از طریق پایگاه اطلاع رسانی شرکت بیمه پاسارگاد به نشانی

www.pasargadinsurance.ir

صندوق پیشنهادات و انتقادات (به اطلاع مددگران ارشد شرکت پرسانند)



انتخاب بیمه پاسارگاد به عنوان شرکت برتر از نظر رشد سریع
براساس اعلام سازمان مدیریت صنعتی

شرکت بیمه پاسارگاد موفق شد در رتبه بندی سازمان مدیریت
صنعتی که بر اساس عملکرد سال مالی شرکت‌ها توجه می‌شود
طی سال‌های متتمدی در میان شرکت‌های برتر کشور عنوان
«شرکت برتر از نظر رشد سریع» را کسب نماید.

تندیس انجمن دارندگان نشان استاندارد ایران
تندیس انجمن دارندگان نشان استاندارد ایران در
دومین همایش سراسری کیفیت با رویکرد نفس
کیفیت برتر در کسب رضایتمندی مشتری به
شرکت بیمه پاسارگاد اعطا شد دومین «همایش
کیفیت در تولید و خدمات و نفس آن در کسب
رضایتمندی مشتری» به همت انجمن دارندگان
نشان استاندارد، با هدف بررسی نفس کیفیت
برتر در میزان کسب رضایتمندی مشتری، در
تیرماه ۱۳۹۵ در مرکز همایش‌های صدا و سیمای تهران برگزار شد. این تندیس به پاسداشت
تلاش‌ی شعبه بیمه پاسارگاد در جهت کسب رضایتمندی مشتریان و کسب سهم بازار
مناسب اعطا شده است.



کسب سطح یک توافقنگاری مالی
شرکت بیمه پاسارگاد برای چهارمین سال متوالی در سطح یک توافقنگاری مالی قرار گرفت
طبق ارزیابی صورت‌های مالی مصوب سال ۱۳۹۴ نویست بیمه مرکزی جمهوری
اسلامی ایران، شرکت بیمه پاسارگاد موفق به کسب سطح یک توافقنگاری مالی مجازات بیمه
با نسبت توافقنگاری ۱۱۸ درصد شده است.
این شرکت از انتدای اجرایی شدن آینین تامه شماره ۶۹ شورای عالی بیمه تأکون، موفق به حفظ
سطح یک توافقنگاری مالی خود در صنعت بیمه شده و این در حالی است بیمه پاسارگاد توانسته
است با مدیریت صحیح منابع و برنامه‌های افزایش سرمایه شاخص توافقنگاری مالی خود راشد
دهد. این نسبت بیان گر میزان توان مالی شرکت در قالب تهدیدات خود است.



نگاهی بر ۱۰ سال افتخار آفرینی بیمه پاسارگاد



کسب رتبه اول بیمه پاسارگاد برای
«توانایی ایفای تعهدات»
لوح تقدیر و تندیس رتبه اول در شاخه
«توانایی ایفای تعهدات» در همایش
چهلمین سالگرد تأسیس بیمه مرکزی جمهوری
اسلامی ایران به شرکت بیمه پاسارگاد اهدا شد.

شرکت‌های بیمه به عنوان مؤسسات خدماتی در یک جامعه نقش تعیین کننده‌ای در تأمین
آرامش و فراهم اوردن امنیت خاطر ایفا می‌کنند و از جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد کشور
برخوردارند. فعالیت مثبت و مؤثر بیمه‌ها می‌تواند در رشد رخشش‌های اقتصادی و افزایش
تولید در هر بخش و باشکوهای در برخی زمینه‌های اقتصادی اثرات مهی بر جای بگذارد در
جهان امروز بیمه‌ها نقش مؤثری در زندگی مردم و همچنین اداره امور اقتصادی کشورها دارند.
در این میان شرکت‌های بیمه زندگی و غیرزنگی که فعالیت بیمه و مؤثری دارند، علاوه بر
شکوفایی اقتصادی و رشد و توسعه کشور، در ارزیابی‌های ملی و بین‌المللی نیز افتخار می‌آفینند.
بیمه پاسارگاد در طول سال‌های فعالیت خود، عملکردی منطبق بر استانداردهای ملی داشته
است به نحوی که حضور کارشناسان جوان در کنفرانس ایران در کنفرانس ایران در فرهیخته در این شرکت موجب شده
تأصول مشتری مداری و تکریم ارباب رجوع به درستی اجرا شود.

بیمه پاسارگاد بالگوسازی در سیستم بیمه‌ای کشور، تحولات مثبتی را در نظام اقتصادی و
صنعت بیمه ایجاد کرده است. کیفیت راله خدمات و پرداخت خسارت در کوتاه‌ترین زمان
ممکن موجب شده است تا مشتری مداری و فرهنگ احترام به ارباب رجوع نهادنده شود.
قرار گرفتن در بالاترین سطح توافقنگاری مالی بیمه چهارمین سال متوالی گویای توانمندی این
شرکت در پیمودن مراحل موفقیت و اجرایی قوانین و مقررات بیمه مرکزی جمهوری اسلامی
ایران است.

بانگاهی دقیق تر به افتخارات بیمه پاسارگاد می‌توان بیش از پیش به جایگاه شایسته این
شرکت بیمه بی‌پد، بنابراین در ادامه به این مهم می‌پردازیم.

تجلیل از روابط عمومی بیمه پاسارگاد

به عنوان روابط عمومی برتر
روابط عمومی بیمه پاسارگاد در اولین کنفرانس بین‌المللی بررسی نقش روابط عمومی و
ارتباطات در ارتقای فرهنگ بیمه که هم‌زمان با برگزاری جشنواره برترین‌های روابط عمومی
ضمنت بیمه کشور در اسفند سال ۱۳۸۹ برگزار شد، به عنوان روابط عمومی
برتر در رشته اطلاع رسانی برگزیده و لوح سپاس برترین روابط عمومی‌های ضمنت بیمه
کشور را دریافت نمود.



اهداء لوح تقدیر به بیمه پاسارگاد به عنوان سازمان سلامت محور



شرکت بیمه پاسارگاد بر اساس رأی
هیأت اداروندی برگزینه مالی و بین‌المللی اتحادیه اروپا
شرکت بیمه پاسارگاد با دریافت سه نشان برتر ملی و بین‌المللی در بزرگ‌ترین اجلاس
سران و مدیران اقتصاد، صنعت و تجارت ایران، «اکوایت» توانست نشان بین‌المللی «مدیریت
مدنون و شایسته» (MDM) بالاترین سطح مدیریت، نشان بین‌المللی «اعتماد مشتریان»
(TBA) و نشان برتر ملی «نوآوری در خدمات بیمه» را به دست آورد. تندیس و گواهینامه‌های بین‌المللی
طی مراسم ویژه‌ای توسط مقام‌ها و مستولان عالی رتبه ذیپست در آبان ماه ۱۳۹۲ به
شرکت بیمه پاسارگاد اهدا شد.

دریافت تندیس مدیر شایسته ملی توسط مدیر عامل بیمه پاسارگاد



معصوم ضمیری در بزرگ‌ترین رویداد مدیریتی
کشور به عنوان «مدیر شایسته ملی» برگزیده شد
و تندیس این همایش به ایشان تعلق گرفت. در
این همایش از مدیر عامل شرکت بیمه پاسارگاد به
دلیل تعالیٰ منابع انسانی، نوآوری و خلاقیت اتر
بخشی و نظرکار اسازی، تقدیر به عمل آمد و
تندیس «مدیر شایسته ملی» به ایشان اهدا شد.

شرکت بیمه پاسارگاد
با گذشت مدت زمان
کوشا از اغاز فعالیت
موفق به کسب رتبه برتر
در ارزیابی شرکت‌های
بازار اتفاقی از لحظه‌ای مالی
ایران توسط رئیس کل بیمه مرکزی به بیمه پاسارگاد اهدا شد.
اسلامی این توانی می‌گردید که بیمه پاسارگاد به گونه‌ای در کشور شناسانده شد که با استفاده و
بکارگیری فناوری‌های نوین در جهت دسترسی به رفاه، رشد و توانمندی اقتصادی و آرامش این شرکت
توانست به کسب جایگاه برتر در رده شرکت‌های بیمه در سال ۱۳۸۸ از نظر ابعاد مالی و
توانایی ایفای تعهدات همچنین سهم بیمه از پرتفوی شرکت دست پاید.





کلی نگری یکی از مهارت‌های عصر حاضر

این رفتار حاکی از آن است که «تصویر بزرگ» در جامعه ما ناپدید شده است و هر یک از ما به منزله نقاشی هستیم که جزء، کوچکی از این تصویر را بدون شناخت و درک کلیت آن نقاشی می‌کنیم. به تابیداری و آشفتگی جوامع انسانی بنگرد و پیامدهای نامبارک این نوع نگاه را، تقریباً در همه جای جهان بینند.

کل نگری چیست؟

کل ها و بزرگی هایی دارند که اجزا فاقد آن‌ها هستند. غالبه جزء، نگری بر جامعه علمی و کارشناسی، یا آن‌جهه که به زبان فلسفی تر، تقلیل گرایی نامیده می‌شود، ریشه در جهان بینی علمی غرب دارد. این جهان بینی، هر کل را به مثابه «جمع جبری اجزای آن» تعریف می‌کند و بر این باور است که راه شناخت کل از شناخت اجزای آن می‌گذرد. به همین دلیل مثلاً پژوهشکاری که با این جهان بینی تربیت می‌شوند، وجود کل انسان را به دو یخش روانی و فیزیکی تقسیم می‌کنند؛ گروهی روان پژوهک می‌شوند و گروهی دیگر «جسم پژوهشکی» می‌خواهند.

علوم پژوهشکی امروز، انسان را نکه کرده است؛ همان طور که سایر علوم نیز بین طبیعت و فراطبیعت، علوم و فناوری، اقتصاد و دفاع، صنعت و محیط‌زیست، واقعیت‌های مادی و ارزش‌ها، زن و مرد، کار و تفریح، آینده و گذشته، و در یک کلام همه چیز را پاره پاره کرده‌اند. جهان مازی یک «زنگیره» کل‌ها» ری رو به تزايد تشکیل شده است. نخست با ماده شروع می‌کنیم که ساده ترین کل است. سپس به سمت گیاهان و حیوانات، ذهن انسان، نوع بشر، شخصیت، و دنیای روحانی حرکت می‌کنیم. ساختار جهان از به هم پیوستن و ترکیب این کل‌ها تشکیل می‌شود. خوب نگاه کنید؛ برخلاف آن‌جهه که در زندگی روزمره خود تجربه می‌کنیم، این جهان محبت‌آمیز و به دور از تخصص است. همه ما، چون اجزای یک ارگانیزم زنده، با یکدیگر در ارتباطیم. در این ارتباط، اجزایی تواند مکمل و باری دهنده یکدیگر باشند.

واضح است که کل نگری تازمانی که به دیدگاه اکثریت مردم تبدیل شود، راهی دراز در پیش دارد اما اگر تابه حال این دیدگاه را به کار نبسته ایم، آن را متعارض کنید. درست از همین امروز؛ اگر مدیر مالی یک شرکت هستید، از این به بعد خود را مدیر عامل شرکت بینند. خود را مسئول بدانید که از موضع مصالح کل شرکت به مسائل مالی نگاه کنید. اگر مدیر یک پژوهه تحقیقاتی هستید، جایگاه و مسئولیت این پژوهه را در موقعیت کل شرکت بینندید. یک تجربه واقعی برای کل گرایی این است که شما در هر جایگاه و مقامی که هستید، خود را به منزله رئیس جمهور بینندید که بنابر جایگاه و مسئولیت خطیر خود، در همه تضمیم گیری‌ها باید مصالح جامعه را به عنوان یک کل در نظر بگیرید. به عبارت دیگر همسوارة ملی بینند (اگر جهانی نمی‌بینید) و محلی تصمیم بگیرید در این صورت، کیفیت تصمیم‌های شما بسیار متفاوت خواهد بود. این یک روش عملی برای تحقق این آموزه نبوی (ص) است که: «کلکم راع و کلکم مسئول».

منابع: کتاب اکولوژی و بازگانی، نوشته بول هاون
- کتاب کل نگری و تکامل، نوشته جان کریستین اسماتس

تیه کننده: امیر اردبیلیشت
رئیس شعبه فرهنگ شیراز

اگر عده‌ای از مردم را جمع کنید که نیمی از آن‌ها هدروزون را بشناسند و نیمی دیگر صرف‌اکسیز شناس بشنند و به این دو گروه آب را نشان دهند، بدون شک از تشخیص آن عاجز خواهند بود زیرا آب نه اکسیز است و نه هدروزون؛ بلکه چیزی متفاوت است. نگاه شما به جهان، زندگی، کار، و آن‌چه در پیرامون تان می‌گذرد چگونه است؟ در نظریه آشوب، از مفهومی به نام «ائز بروانه‌ای» بحث می‌شود که می‌گویند، بال‌دن یک بروانه در چین

می‌تواند برانگیزش‌نده توافقی بزرگ در آمریکا باشد. بنابراین چگونه می‌توان گفت که من برای خود یا سازمان خود و یا در نهایت برای یخش مربوط به خود تصمیم می‌گیرم و مسئول یقیه مسائل نیستم؟! گونه پندر، که کارایی جامعه را به عنوان یک «کل» تهدید می‌کند، اغلب ناشی از رویکردی است که در زبان محاوره به «جزء، گرایی» موسوم است و به زبان فلسفی، تقلیل گرایی نامیده می‌شود. این رویکرد در پرایر کل گرایی قرار می‌گیرد که مسائل را در قالب یک کلیت به هم بافته و در هم تبیه می‌بنند. گردن گل گرایی و بزرگ، در گوشه ای از از دیدگاه «مدیریت غبیر» حائز اهمیت است. هر غبیری خواه کوچک و بزرگ، در گوشه ای از یک سازمان یا جامعه، گاه به آرامی و گاه به سرعت، بر همه شئون سازمان یا جامعه تأثیر می‌گذارد. به قول شیخ شبستر در دیوان کوچک گلشن راز:

اگر یک ذره را بر گیری از جای همه عالم خلی یابد سرای

کل گرایی به عنوان یکی از ۱۰ مهارت‌نو، همه مارا به باز نگری در چارچوب‌های ذهنی فرموده، سازمان محظوظ و یخش محظوظ فرامی‌خواهد. بانگاه کردن به مسائل از این منظر، نتایج متفاوتی به دست می‌آید. امتحان آن مشکل نیست.

اگر از هر گروهی در هر نقطه‌زیمین برسند که چند نفر از شما امروز صحیح بانیت تخریب طبیعت از خواب برخاسته است؟ کسی دستش را لبند نخواهد کرد. بنابراین اگر این کار را بدون قصد قبلی انجام می‌دهیم و هنوز هم به هر حال طبیعت را تخریب می‌کنیم، معنایش این است که چینن قصدى - درست برخلاف آن‌جهه که می‌خواهیم - در رفتار ما نهادینه شده

۵ گسترش روابط بین بنگاه‌های اقتصادی

سابقه رتبه بندی شرکت‌های برتر ایران (IMI-100)

سازمان مدیریت صنعتی از سال ۱۳۷۷ اغاز گردد و تبدیل شرکت برتر ایران به است. در این

سال با استفاده از صورت‌های مالی سال ۱۳۷۶ و تنها با یک شاخص، شرکت‌های رتبه بندی می‌بینند و کاری به این ندارند که توسعه یک صنعت و به طور کلی توسعه صنعتی چه

تأثیراتی بر محیط زیست، فرهنگ، ترقیک، عوامل و احساسات مردم دارد. در مخالف زیست IMI-100

بوده است در نتیجه این نتایلش‌ها تعداد شاخص‌های ۳۲ شاخص و شرکت‌های رتبه بندی شده به ۵۰۰ شرکت افزایش یافته است.

این سازمان رتبه بندی شرکت‌های برتر ایران را هر ساله انجام داده است و رتبه بندی حاضر با الهام از رسالت سازمان با فراهم نمودن آمار و اطلاعات شفاف و مفید در مورد بنگاه‌های

اقتصادی کشور، فضای روشی از کسب و کار اقتصادی کشور را به می‌دهد و به مదیران بنگاه‌های اقتصادی، سیاستگذاران و پژوهشگران، برای می‌رساند تا شناخت و درک دقیق تری

از مقیاس، ساختار مالی و اقتصادی صنایع و بنگاه‌های اقتصادی بزرگ کشور بیانند

یک جزء از کلیتی به نام «جامعه» نگاه کنند.

همایش شرکت‌های برتر ایران

نوزدهمین سال رتبه بندی ۱۰۰-IMI

زمان: ۴ بهمن ماه ۱۳۹۵

مکان: مرکز همایش‌های بین‌المللی صداوسیما



ارتقاء ۳۰ پله‌ای بیمه پاسارگاد در بین ۵۰۰ شرکت برتر کشور



هدف از رتبه بندی ۱۰۰

هدف سازمان مدیریت صنعتی از رتبه بندی شرکت‌های بزرگ ایران عبارت است از:

۱. شفاف سازی فضای کسب و کار

۲. رتبه بندی شرکت‌های از نظر میزان ارزگاری در اقتصاد ملی

۳. ساختار روابط بین بنگاه‌های اقتصادی

گفتی است بیمه پاسارگاد با ۱۰ سال فعالیت با پسرانه متدی از شبکه گستره فروش، کارشناسان در تازه ترین رتبه بندی سازمان مدیریت صنعتی کشور که به معرفی شرکت‌های برتر ایران در سال ۱۳۹۴ اختصاص دارد، بیمه پاسارگاد در دهه بندی سال تولد خود با جوشی توانست

چایگاه خود را در بین شرکت‌های برتر کشور ۳۰ پله بهبود بخشند.

بر اساس گزارش‌های دریافتی، شرکت بیمه پاسارگاد با ۳۰ پله ارتقا در نوزدهمین سال تدوین فهرست شرکت‌های برتر که توسط سازمان مدیریت صنعتی برای عملکرد سال ۱۳۹۴ شرکت‌های بزرگ ایران صورت گرفت، رتبه ۲۰ را کسب نمود. این شرکت از نظر میزان

فروش ارآمد با ارآمد ۷۷۴۲۵ میلیارد ریالی، رتبه خود را از ۱۲۲ به ۱۰۲ ارتقا داد.

سازمان مدیریت صنعتی برای نوزدهمین سال متولی، فهرست شرکت‌های برتر کشور را بر اساس سال مالی ۱۳۹۴ با حضور مقامات، مدیران شرکت‌های برتر و صاحب نظران اقتصادی و صنعتی روز دوشنبه ۴ بهمن ۱۳۹۵ اعلام کرد.

گفتی است بیمه پاسارگاد با ۱۰ سال فعالیت با پسرانه متدی از شبکه گستره فروش، کارشناسان متخصص و آزموده صنعتی بیمه در سراسر کشور در پیش از ۱۵ مدیریت منطقه، ۷۶ شعبه ۲۱۸ نایابندگی فعال و ۸۴۲۶ نایابندگی فروش بیمه عمر و تأمین آنیه، توانسته است به این مهم دست پیدا.

انتخاب بیمه پاسارگاد برای سه سال بیانی به عنوان شرکت برتر از نظر رشد سریع

شرکت بیمه پاسارگاد به واسطه تغییر مثبت رتبه فروش و وجود اطلاعات شرکت در طرح شعبه ۲۱۸ نایابندگی فعال رشید سریع قرار گرفت و به عنوان «شرکت برتر از نظر رشد سریع» در سال های

شروعی از نظر میزان ارزیابی و جامع تر کردن پایگاه اطلاعاتی

نگاهی به رتبه بندی بیمه پاسارگاد در سال های ۱۳۹۲ و ۱۳۹۳ دست پافت.

نگاهی به رتبه بندی بیمه پاسارگاد در سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۴

سال	رتبه
۱۳۸۸	۲۵۶
۱۳۸۹	۲۰۶
۱۳۹۰	۱۸۳
۱۳۹۱	۱۶۴
۱۳۹۲	۱۲۴
۱۳۹۳	۱۲۲
۱۳۹۴	۱۰۲

این سازمان رتبه بندی شرکت‌های برتر ایران را هر ساله انجام داده است و رتبه بندی حاضر با الهام از رسالت سازمان با فراهم نمودن آمار و اطلاعات شفاف و مفید در مورد بنگاه‌های اقتصادی کشور، فضای روشی از کسب و کار اقتصادی کشور را به می‌دهد و به مదیران بنگاه‌های اقتصادی، سیاستگذاران و پژوهشگران، برای می‌رساند تا شناخت و درک دقیق تری از مقیاس، ساختار مالی و اقتصادی صنایع و بنگاه‌های اقتصادی بزرگ کشور بیانند



آموزش منابع انسانی چه تأثیری بر پیشرفت سازمان دارد؟



رفع نقطه ضعف کارکنان

بسیاری از کارکنان نقطه ضعف‌های خاصی در محیط کاری خود دارند که مانع تلاش و رسیدن به بهترین نتیجه در آن ها می‌شود یکی از اهداف آموزش منابع انسانی حذف این نقطه ضعف‌ها با تقویت مهارت‌های کاری و از میان برداشتن موانع درون سازمانی است.

آموزش منابع انسانی ای که به خوبی برنامه ریزی شده باشد، به کارکنان برای کسب مهارت‌ها و دانش نیاز خود برای کار کمک می‌کند و قرعه این اتفاق در تعلیمی سطوح سازمان باعث یک دستی سازمان می‌شود و در نتیجه همه کارکنان قابل اعتماد شوند و دیگر نیازی نیست شرکت فقط به تعدادی از کارکنان نکه کند.

افزایش انجام

برنامه آموزش منابع انسانی که به خوبی سازماندهی شده باشد، به صورت منجم مهارت و دانش کارکنان را افزایش می‌دهد. دسترسی همیشگی به آموزش به ما اطمینان می‌شود و همه کارکنان تجربه و دانش منجمی دریابه و ظایف و روال کاری دارند. نکته ای که وقتی صحبت از سیاست‌ها و روال کاری سازمان می‌شود، اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند و باعث کاهش خطوا و تصادفات

بسیاری از خطاها به این خاطر کمبود دانش و مهارت‌های کافی برای انجام کار خاصی استه آموزش منابع انسانی، مهارت‌های مناسب را در زمان مناسب در اختیار کارکنان قرار می‌دهند

آموزش افراد در ضمن خدمت با هدف بهبود عملکرد آن‌ها انجام می‌شود آموزش منابع انسانی را همچنین می‌توان فرآیند آموزشی برای تقویت مهارت‌ها و دانش با تغییر رفتار کارکنان در جهت کسب بیشتر دانش بهمنظور بهبود کیفیت عملکرد آن‌ها تعریف کرد. در

تبدیل گننده: سعید معروف کارشناس شعبه مشهد آموزش منابع انسانی به معنای آموزشی ای رسمی یک سازمان است که به طور مداوم برای آموزش افراد در ضمن خدمت با هدف بهبود عملکرد آن‌ها انجام می‌شود آموزش منابع انسانی را همچنین می‌توان فرآیند آموزشی برای تقویت مهارت‌ها و دانش با تغییر رفتار کارکنان در جهت کسب بیشتر دانش بهمنظور بهبود کیفیت عملکرد آن‌ها تعریف کرد. در حالی که مفید بودن روش ای آموزشی متعددی تا به امروز اثبات شده‌اند، روش‌های جدید هنوز هم در حال توسعه هستند. از این قبیل روش‌ها می‌توان به تشخیص مقیمت، آموزش در کلاس درس، موارد مطالعاتی، نقش بازی کردن و آموزش بر منبای شبیه سازی کامپیوتری اشاره کرد. برنامه‌های آموزش منابع انسانی می‌توانند بر عملکرد فردی یا گروهی تمرکز داشته باشند. به منظور افزایش تأثیرگذاری برنامه‌های آموزش منابع انسانی، سازمان‌ها باید

به صورت مرتب آموزش کارمندان و پیشرفت‌های آن‌ها ارسود ارزیابی قرار گیرند و آن‌ها را برای جایگاه آینده شان و رشد بیشتر آمده کنند. سازمان‌ها باید متوجه باشند نیازهای کارکنان باهم متفاوت است و با گذشت زمان و پیشرفت زمان و پیشرفت کارمندان در حرفه خود تغییر خواهد

کرد. زمانی که سازمان‌ها برای افزایش دانش و مهارت‌های کارکنان خود سرمایه گذاری می‌کنند، این سرمایه گذاری در قالب کارکنان ماهرتر بازارهای بیشتر به شرکت بازخواهد

گشته: بنابراین آموزش و توسعه منابع انسانی هم به نفع کارکنان است و هم شرکت‌ها

افزایش بازدهی آموزش منابع انسانی نقش مستقیمی در افزایش بهره وری کارکنان ایفا می‌کند اطلاعات و

دانش کارکنان در زمانه نکولوژی به روز می‌شود و می‌تواند از آن‌ها به صورت مؤثری استفاده کنند. کارکنان که به خوبی آموزش دیده باشند، عملکرد کیفی و کمی بهتری خواهند

داشت و این امر باعث صرفه جویی در وقت، هزینه و منابع شود.

نثارت کمتر آموزش و توسعه منابع انسانی هم به نفع کارکنان است و هم شرکت‌ها

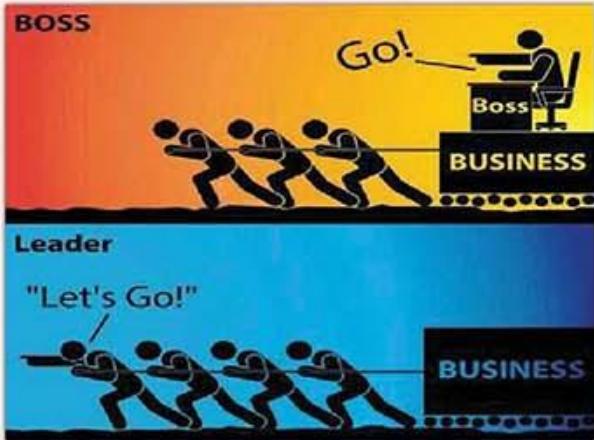
دانش کارکنان در زمانه نکولوژی به روز می‌شود و می‌تواند از آن‌ها به صورت مؤثری استفاده کنند. کارکنان که به خوبی آموزش دیده باشند، عملکرد کیفی و کمی بهتری خواهند

داشت و این امر باعث صرفه جویی در وقت، هزینه و منابع شود.

آموزش و توسعه منابع انسانی مهارت‌های کارکنان را افزایش می‌دهد و باعث می‌شود در انجام وظایف خود استقلال داشته باشند. به بیان دیگر، فردی که به خوبی آموزش دیده

باشد با وظیفه و شغل خود آشنایی کامل دارد و در نتیجه نیاز کمتری به نظرات و مراقبت خواهد داشت.

اثر پیگمالیون چیست؟



تبدیل گننده: طنز اصفهانیان
کارشناسان مدیریت توسعه سیستم ها IT

در یک آزمایش، دو گروه از دانش آموزان انتخاب شدند و از آن‌ها تست IQ گرفته شد. دانش آموزانی که در تست IQ نمره پایین تری داشتند به عنوان دانش آموزان باهوش تر به معلمان معرفی شدند و بعد از این که با این بزنده‌گان قلبی همانند دانش آموزان باهوش و با استعداد رفتار شد به طور قابل توجهی در آزمون بعدی نتایج بهتری داشتند، اما بجهه هایی که بزنده‌گان واقعی این تست بودند؛ ولی به معلمان شان گزارش نشدند، هیچ پیشرفتی را از آن‌ها ندادند. این پدیده اثر پیگمالیون (Pygmalion effect) نامیده می‌شود. اثر پیگمالیون یک پدیده روان‌شناسی است که بر اساس آن افراد نسبت به سطح انتظارات دیگران را اکتش های مستقیم نشان می‌دهند.

نتیجه گیری:
اگر شخص با گروهی از مردم از انتظارات و افراد خود آگاه باشند، می‌توانند عملکرد خیلی بهتری را از خود نشان داده و به نتایج بهتری دست یابند.
بر اساس این نظریه، اگر مدیران کارمندان شان را باور داشته و موقوفیت‌های آن‌ها را در نظر بگیرند، می‌توانند به طور قابل توجهی بازده و عملکرد مؤثر کارمندان شان را بهبود بخشنده که این باور در هر محیط و وضعیت سیار مؤثر است.

آموزش منابع انسانی باعث می‌شود کارکنان از وظایف خود در سازمان رضایت‌بخشی داشته باشند. این رضایت باعث نشان دادن توانایی‌های شان در شغل محله به دست می‌آید. آن‌ها به سازمان احساس تعلق می‌کنند و از این بهترین خدمات را به سازمان وظایفه خود می‌دانند.

کاهش ترک کار و غیبت آموزش منابع انسانی که هزینه مالی و زمانی دارد. آموزش منابع انسانی، حسی

از اعتماد در ذهن کارکنان به وجود می‌آورد و حسی از امنیت در محیط کاری به آن‌ها می‌دهد. در نتیجه، در صد کارکنانی که شرکت را ترک یا لازم نیز غایبت می‌کنند کاهش می‌یابد.



رفتار شهروندی سازمانی

سازمانی معرفی گردید. توسعه خود شامل رفتارهای داطبلیکه کارکنان به منظور بهبود اداری مهارت‌ها و توانایی‌های شان می‌باشد. ویزگی چنین رفتاری این است که یادگیری مجموعه جدیدی از مهارت‌های به منظور توسعه دانش مشارکت در سازمان انجام می‌گیرد به هر حال این بعد از رفتارهای شهروندی سازمانی در ادبیات مطالعات و تحقیقات مورد بررسی قرار نگرفته است. با این وجود به نظر می‌رسد این نوع از رفتارها که وابسته به ملاحدید کارکنان می‌باشد، به طور مفهومی از مایر انواع رفتار شهروندی سازمانی متغیر است.

مشارکت سازمان: این واژه با درگیر بودن در اداره سازمان ظهور می‌یابد که از آن جمله می‌توان به حضور در جلسات به اشتراک گذاشتن عقاید خود با دیگران و آگاهی به مسائل جاری سازمان، اشاره کرد. احترام و تکریم: این بعد بیان کننده رفتار افراد با همکاران، سپرستان و مخاطبان سازمان است. در این حالت کارکنان تلاش می‌کنند گام‌های ضروری را به منظور پیشگیری از وقوع مشکلات کاری همکاران خود در واحد سازمانی بردازند و جلسات مشاوره بین مدیران و کارکنان به منظور پیشگیری از وقوع مشکلات کاری برگزار می‌شود. اهمیت رفتار شهروندی سازمانی در رفتار شهروندی سازمانی به طور کلی آن دسته از رفتارهایی مورود توجه قرار می‌گیرد که علی‌رغم این که اجرایی از سوی سازمان برای انجام آن ها وجود ندارد، در سایه انجام آن ها از جانب کارکنان، برای سازمان منفعت هایی ایجاد می‌شود البته صدها سال پیش امام علی علیه السلام در مرام نامه مدبریتی خود، خطاب به یکی از والیان بر رعایت حقوق شهروندی و توجه به آنان تأکید می‌نماید و می‌فرماید: دلت را پر از رحمت به فرمایران (شهروندان) کن، وفاداری به سازمان از وفاداری به خود سایر افراد و احدها و بخش های سازمان حیوان درنده ای باشی که خوردن آنان را غنیمت دانی، چون که آنان دو گروه هستند: یا برادر دینی تو هستند و یا در خلف و افربیش همانند تو هستند (بس در هر حال باید به آن ها توجه داشته باشی) بنابر این اشکار است که رفتار شهروندی در دنیای امروز اینکار فردی: بعد دیگری از رفتار شهروندی سازمانی که چندین محقق مشخص کرده اند. اینکار فردی است. این نوع از رفتار شهروندی سازمانی فرانشی است که مواره حداقل نیازمندی های کلی موردن انتظار قرار دارد. نمونه هایی از چندین رفتارهایی شامل فعالیت های خلاقانه داطبلیکه و طراحی های نوآورانه برای بهبود وظیفه شخصی و یا عملکرد سازمانی است توسعه خود (شخصی). نوع نهایی از رفتار شهروندی سازمانی، توسعه خود است که در مطالعات کاتر (۱۹۶۴) و جرج و بریف (۱۹۹۲) مورد شناسایی قرار گرفت و به عنوان بعد کلیدی رفتار شهروندی از بخشی در سازمان می‌گردد.

منبع: ۱- الایی، مهدی و دانایی فرد، حسن، ۱۳۸۰. گفتارهایی در فلسفه تئوری های سازمان دولتی، تهران، انتشارات صفار- اشرافی. ۲- اسلامی، حسن و سیار، ابوالقاسم، ۱۳۸۶. رفتار شهروندی سازمانی: گامی دیگر در جهت بهبود عملکرد سازمان در قبال مشتری، فصلنامه پژوهشنامه سازمانی، نشریه تدبیر، شماره ۱۸۷. ۳- حسنی کاخکی، احمد و قلی پور، این، ۱۳۸۶. رفتار شهروندی سازمانی: گامی دیگر در جهت بهبود عملکرد سازمان در قبال مشتری، فصلنامه پژوهشنامه بازارگانی شماره ۴۵.

فروش ایده‌ها: بزرگ ترین مهارت در فروش بیمه

قسمت چهارم

آیا این فوق العاده نیست؟ آیا این، ارزش و احترام فراوانی برای بیمه به ارمنان نمی‌آورد؟ وقتی حسابدار خبره و ماهرم این طرح را شنید، گفت: «این غیر ممکن است» او وادار شد نظرش را تغییر دهد: اما هنوز گیج است و همچنان در بهت و حیرت به سر می‌برد این یعنی فروش ایده به مؤثرترین روش: ارائه خدماتی که خریدار آن را نمی‌می‌داند و این خدمات در عین حال، قانونی، اخلاقی، صادقانه، واقعی و عین حقیقت آنده همان گونه که تمام تکنیک هایی را که من از آن می‌کنم، باید این ویزگی ها را داشته باشند. فوق العاده است، این طور نیست؟

ایده های فروش را عرضه کنید

بنگذارید بینینم که فروش ایده به چه معنی است:

- از موضوعات رایج و مردم پسند استفاده کنید: آن چه مشتری آن را می‌شandasد و باور دارد سپس، نشان دهید که ایده شما جزئی از آن کل شناخته شده است من به اهمیت ادامه تحصیل فرزندان یا حمایت از خانواده در صورت فوت تاپنهنگام سپریست آن یا پس انداز برای می‌گردد. لیکن بررسی ابعاد رفتار شهروندی و شناخت و تقویت آن امری ضروری در سازمان می‌باشد،

اینده متول می‌شوم:

رفتار شهروندی سازمانی کارکنان

رفتار شهروندی سازمانی شامل رفتارهای اختیاری کارکنان است که جزء وظایف رسمی آن ها صورت خام نفوخته، بلکه با نقل یک داستان، ایده هایی بی شماری را به فروش رساند: اما هرگز آن ها را به حکایات و افسانه های خود ایده هایی بی شماری را به فروش رساند: اما هرگز آن ها را به صورت خام نفوخته، بلکه با نقل یک داستان، ایده هایی را به واقعیت تبدیل می‌کرد.

مشتریان شما نیز می‌خواهند توضیحاتی بشنوند که قادر به در کن اند باشند، برای مشتریان سازمانی می‌باشد. من برای این که هزینه ها را برای مشتری توضیح دهم، اغلب می‌گویم: «شما روزانه دو دلار برای خرید قهوه و کیک رولت برای صرف صحابه هزینه می‌کنی، این رقم در سال برایست با ۷۳۰ دلار، من با همین مبلغ می‌توام شما را- که اکنون ۲۵ سال دارد- ۱۰۰ هزار دلار بیمه کنم».

فروش ایده های بیشتر مانند این است که سعی کنید سوار یک قطار در حال حرکت شوبد و قیمتی می‌خواهید در یک قطار در حال حرکت به یک و اگن معین سوار شوید، نمی‌توانید مستقیماً در امتداد یک زاویه قائم به سمت و اگن روید و با تجاه یک جهش بلند، نظر خود گفتم: «ایسا فکر خوبی نیست که به محض تولد، به هر نوه یک میلیون دلار بیمه تمام عمر هدیه کنم؟ حق بیمه برای نوزادی با سن صفر، ۳۴۲۰ دلار حق بیمه می‌پردازم و بیش از این، مبلغ خواهیم پرداخت: زیرا سود این ایاشت دقیقاً به انداره حق بیمه است معمولاً به دو دلیل، اعداد و ارقام از سن ۶۵ سالگی محاسبه می‌کنم: ۱- تأثیر اجتماعی از این سن آغاز می‌شود، ۲- مردم عموماً در این سن بازنشسته می‌شوند، نوه ام در سن ۶۵ سالگی بیش از ۱۶۰۰۰۰۰ دلار سرمایه بیمه عمر و بیش از یک میلیون دلار اندوخته خواهد داشته گزینه دیگر این است: بیمه گذار می‌تواند به صورت مادام العمر سالانه، بیش از ۸۰ هزار دلار مزایای بازنشستگی دریافت کند او مختار است، یکی از این دو گزینه را برگزیند و قیمتی من یک بیمه نامه تمام عمر برای یک کودک می‌خرم، به دنبال بیمه نیستم؛ بلکه به دنبال ایجاد یک پس انداز ویژه برای بیمه شده می‌باشم، اگر بیمه شده قبیل از ۶۵ سالگی قوت کند، مزایا به ورات وی پرداخت خواهد شد: اما این مهم ترین نکته در قرارداد اینده طلبایی نیست: از شمندترین بخش این بیمه نامه این است که با سرمایه گذاری ۳۴۲۰ دلار حق بیمه، می‌توان نوه ام در ۶۵ سالگی به یک میلیون تبدیل کنم.

منبع: برگفته از کتاب نایله جهان بیمه- مهدی فخارزاده

در یک نشست مدیران فروش، یکی از سخنرانان با این سخن خود، حاضران را شگفت زده کرد: «من اغلب شمارا شخصانمی شناسم؛ اما می‌توالم با اطمینان صدرصد گویم که چه می‌فروشید».

حاضران در کمال تجرب و حیرت به جلو خم شدند او ادامه داد: «تمام مردان و زنانی که در این سال حضور دارند، یک محصول بنیادی می‌فروشند و این محصول ایده هاست: هر چه دیگری که می‌فروشید، امری فرعی محسب می‌شود و شاید بهتر باشد کم تر به آن اهمیت بدهید».

من بیش از این نمی‌توانستم با او موافق نباشم من برای نیازهای مشتری، راه حل می‌یابم: آرامش خیال، امنیت، حقوق بازنیستگی مدت دار، این مفاهیم در کانون توجه قرار دارند: خواه فروشند بیشید با فروشند سهام بالا وزن خانگ، علاوه بر این، هر ایده باید مطابق با نیازهای مشتری باشد.

برای مثال بیمه عمر مانند گوشت در یک سوپرمارکت است گوشت، گوشت است، با وجود این، فقط یک سراسر چیزه دست می‌تواند با آن گوشت غذایی لذتی درست کند که مردم عادی قادر نیستند استعداد او مشتریان را جلب می‌کند و مردم حاضر می‌شوند برای تجویه کردن دست پخت این آشپز در صفحه ایستادند و انتظار بکشند.

به اطراف خود نگاه کنید، به خانه ها، کارخانه ها، مجتمع های مسکونی، اتوبوس ها، اسمن خوش ها همه این ساختمن ها از بن، فولاد، شیشه، آجر و چوب ساخته شده اند همه این بناها مصالح ساختمانی و عناصر واحدی دارند آن چه آن ها را هم متایز می‌کند تفاوت در نقشه و در طراحی آن هاست. متایز در ایده است.

فروش ایده آینده طلبایی

من یک پدربرگ سرافراز هستم؛ شاید سرافراز از هر پدربرگ دیگری، این که نوه ام، دانیل، الهام بخش یک ایده شگفت ایگزیز فروش قراردادهای اینده طلبایی- بوده مایه افتخار و میهان از است و فنی ایگزیز حقیقی و خالصه داشته باشد. گام های تان سیک می‌شود من قصد داشتم برای نوه هایم کاری انجام دهم و چون دلاری اندیشه های بزرگ هستم، با خود گفتم: «ایسا فکر خوبی نیست که به محض تولد، به هر نوه یک میلیون دلار بیمه تمام عمر هدیه کنم؟ حق بیمه برای نوزادی با سن صفر، ۳۴۲۰ دلار حق بیمه می‌پردازم و بیش از این، مبلغ خواهیم پرداخت: زیرا سود این ۶۵ سالگی

محاسبه می‌کنم: ۱- تأثیر اجتماعی از این سن آغاز می‌شود، ۲- مردم عموماً در این سن بازنشسته می‌شوند، نوه ام در سن ۶۵ سالگی بیش از ۱۶۰۰۰۰۰ دلار سرمایه بیمه عمر و بیش از یک میلیون دلار اندوخته خواهد داشته گزینه دیگر این است: بیمه گذار می‌تواند به صورت مادام العمر سالانه، بیش از ۸۰ هزار دلار مزایای بازنشستگی دریافت کند او مختار است، یکی از این دو گزینه را برگزیند و قیمتی من یک بیمه نامه تمام عمر برای یک کودک می‌خرم، به دنبال بیمه نیستم؛

بلکه به دنبال ایجاد یک پس انداز ویژه برای بیمه شده می‌باشم، اگر بیمه شده قبیل از ۶۵ سالگی قوت کند، مزایا به ورات وی پرداخت خواهد شد: اما این مهم ترین نکته در قرارداد اینده طلبایی نیست: از شمندترین بخش این بیمه نامه این است که با سرمایه گذاری ۳۴۲۰ دلار حق بیمه، می‌توان نوه ام در ۶۵ سالگی به یک میلیون تبدیل کنم.

منبع: برگفته از کتاب نایله جهان بیمه- مهدی فخارزاده



می سازد وقتی کسی پول ندارد، این شرطی است که به او اجازه خردکردن نمی دهد. حال به مطلب جالبی می رسیم؛ وقتی مشتری ابرادی می گیرد، آن را دلیل کافی برای خردکردن می داند یعنی آن مسأله را دلیل اصلی خردکردن می داند که این قضیه به ندرت درست است. به طور مثال وقتی مشتری می گوید: «نمی توانم از پس هزینه آن برآیم»، می توان دریافت که او در حال حاضر توانایی پرداخت هزینه های بیمه نامه پیشنهادی شماراندارد یا آن که نمی تواند کل مبلغ را که جا بپردازد و با درحال حاضر توانایی پرداخت ندارد ولی در اینده می تواند آن را خردکاری کند. پس وقتی مشتری می گوید: «نمی توانم از پس هزینه های آن برآیم» همیشه از او پرسید که منظوش دقیقاً چیست؟

(۱۰) خلاص باشد

اصولاً مشتریان از روش های مختلف پرداخت حق بیمه ها مطلع نیستند و خود را مقاعده کرده اند که نمی توانند از پس هزینه های آن برآیند. اما وقتی در این طبقه با روش های مختلف پرداخت با مشتری صحبت می کنید، می بینید که مشتری به خرد بیمه نامه پیشنهادی شمانا میل پیدا می کند. به طور مثال، مشتری می گوید: «توانایی پرداخت مبلغ را به صورت سالانه ندارم». شما در جواب پرسید: «اگر حق بیمه ای شما را به صورت اقساط ۱۲ ماهه تنظیم کنم نظرتان چیست؟ آیا می توانید از پس آن برآید؟» وقتی ابراد و اعتراض را شنود سعی کنید باتفاق به آن گوش کنید و از مشتری بخواهد تا قضیه را برای تنان باز کند. در این مرحله «فتن جمله» منظور تنان چیست؟ بسیار مؤثر می باشد اطمینان حاصل کنید که فکر پشت این جمله را درک کنید و باخ صحیح را تناخ و به او بگویید اگر زود جواب دهید و نستجده عمل کنید، شاید فروش را زدست بدید

(۷) ابرادات مشتری را تحسین کنید
هر بار که مشتری از چیزی ابراد گرفت، او را تحسین کرده و بگویید: «جه نکته جالبی، خوشحال از این که آن را مطرح کردید». ابراهام لینکلن می گوید: «همه انسان ها، تعريف و تمجید را دوست دارند!». وقتی شما از ابراد مشتری نراحت نشود و حتی آن را تحسین کنید، مشتری احساس پیشتری نسبت به خود پیدا می کند در نتیجه، از پرسیدن سوالات دیگر احسان نگرانی نمی کند. بدین ترتیب فرصتی عالی خواهد داشت تا تمامی سوالات و نگرانی های مشتری را شناسایی کند.

(۸) با دقت گوش کنید

به تمام حرف های مشتری با حوصله و دقت گوش دهید و راجع به آن ها پیش داوری نکنید. هر چند ممکن است بسیاری از صحبت هایش برای تنان تکراری باشند، اما شاید مطلب جدیدی نیز در صحبت هایش پیدا کنید صبور باشید و به دقت گوش کنید و پیش از پاس

(۹) خلاص باشد

خداوند گنگ کنید و سوال توضیحی پرسید مثلاً پرسید: «منظور تنان چیست؟» نگرانی اورا همانطور که می دانید یکی از بهترین راه های رفع ابرادات، ارائه نامه های سپاسگذاری با جملات خودتان بازگو کنید تا دقیقاً متوجه شوید که مشکل چیست؟

(۹) انتقادات یا شرایط؟

به دقت به جمله مشتری گوش کنید تا متوجه شوید که انتقاد است یا یک شرط. اعتراض عمولاً به چیزی اطلاق می گردد که امکان پاسخگویی به آن وجود داشته باشد در حقیقت، مشکلی است که اینه راه حلی نیز برای آن وجود دارد؛ مانع پرسر راه فروش است که شما می توانید آن را بطریف کنید.

(۱۰) ابرادات مشتری را به عنوان پرسن ثالثی کنید

علاوه بر نهاده های فردی، روش دیگر مقلعه بال ابرلات تلقی کردن آن هابه عنوان پرسن هایی اما ارتباط مشتری، دلایل واقعی خردکردن می باشد. شرکتی که در آستانه ورشکستگی است نمی تواند بیمه نامه های شما را خردکاری کند، چون شرایط خرد را ندارد این بیمه نامه هرچقدر هم که خوب باشد، ورشکستگی یک شرکت، شرایطی را بجای می کند که خرد را ناممکن



قسمت اول

(۱۱) از نامه های تشکر و قدردانی استفاده کنید
همانطور که می دانید یکی از بهترین راه های رفع ابرادات، ارائه نامه های سپاسگذاری با جملات خودتان بازگو کنید تا دقیقاً متوجه شوید که مشکل چیست؟
مشتری راضی که قبل از خرد بیمه نامه پیشنهادی شما با همان مشکل مواجه بودند می باشد این نامه ها در مشتری اثر عمیقی می گذارند که برای همیشه نگرانی اش نسبت به خرد بیمه نامه مذکور بطریف شود.
(۱۲) ابرادات مشتری را به عنوان پرسن ثالثی کنید
علاءه بر نهاده های فردی، روش دیگر مقلعه بال ابرلات تلقی کردن آن هابه عنوان پرسن هایی است ابرادات و علایق مثل حلقه های زنجیر به هم متصل هستند؛ یعنی وقتی اعتراض نباشد، علاقه ای در کار نیست و وقتی علاقه ای در کار نباشد، خردی هم در کار نیست.
در حقیقت در فروش های موفق، بیشتر از فروش های ناموفق ابراد گرفته می شود پس هرچه ابراد پیشتری پشنودی، احتمال فروش تنان نیز بالاتر می رود. در ادامه، چندین تکنیک قدرتمند برای پاسخگویی به ابرادات مشتری و ترغیب وی به خرد بیمه نامه اورده شده است:

(۱) اصل شش ابراد

این اصل می گوید: در هر فروشی بیشتر از ۶ ابراد نمی بینیدا مشتری یکبار و یانهایتاً ۲ بار از چیزی ابراد می گیرد ولی مطمئناً این تعداد به ۶ نخواهد رسید. می توانید ابرادات مختلفی که در طول یک هفته و یا یک ماه می شود را در گروه هایی بسته بندی کنید. سعی کنید لیست از ابرادات مشتریان تنان تهیه کنید. هر نوع سوال، انتقاد و پاشکایتی که ممکن است بشنوید را در لیست تنان اضافه کنید. سپس آن ها را اولویت بندی کنید. آن گاه متوجه خواهد شد که اکثر مردم نسبت به چه چیزی حساسیت دارند و چه چیزی بیشتر از همه باعث می شود که مردم از شما خرد نکنند.

(۲) ابرادات را طبقه بندی کنید

پس از اولویت بندی ابرادات، باید آن ها در گروه های مختلف قرار دهید. احتمالاً گروه های شما بین نام خواهند بود: ابراد از قیمت، ابراد از نوع و قویانی بینه نامه شما نمایت بدهند. باید آن ها در گروه های رقیب، ابراد از خدمات دهی، ابراد از پوشش ها و... معمولاً تعداد این گروه ها هرگز از عدد ۶ تجاوز نخواهد کرد. حال باید هر ابرادی که تابه حوال شنیده اید را در گروه مربوط به آن ابراد بنویسید. پس از این که تمام این گروه را کارها را گشاده رویی و دوسته پاسخ دهید تا از شما نترسد. ابرادات پس از تصویر نهن تنان از آن ها مخدوش شود. پس کاری کنید مشتری را راحتی ابراد پس از این که شما را مخفی نمایید، کارهای تنان را به او پرسیدید!!

(۳) خاطر سازید

(۱۳) اجازه دهید مشتری تنان به راحتی ابراد بگیرد
علیغم تمام آن چه گفته شد اجازه دهید مشتری تنان با آسودگی از بیمه نامه تنان ابراد بگیرد. اکثر مشتریان دوست ندارند با فروشندگان جزو بحث کنند چون می ترسند که شما نراحت شوید و یا تصویر نهن تنان از آن ها مخدوش شود. پس کاری کنید مشتری را راحتی ابراد پس از این که شما را مخفی نمایید، کارهای تنان را به او پرسیدید!!

(۱۴) اجازه دهید مشتری تنان به راحتی ابراد بگیرد
علیغم تمام آن چه گفته شد اجازه دهید مشتری تنان با آسودگی از بیمه نامه تنان ابراد بگیرد. اکثر مشتریان دوست ندارند با فروشندگان جزو بحث کنند چون می ترسند که شما نراحت شوید و یا تصویر نهن تنان از آن ها مخدوش شود. پس کاری کنید مشتری را راحتی ابراد پس از این که شما را مخفی نمایید، کارهای تنان را به او پرسیدید!!

(۱۵) دلیل خوبی بیاورید
می توانید ابرادات مشتری را به حداقل برسانید به این ترتیب که با اوتوری رفتار کنید که گویی خودش با پرسیدن این سوال ها می خواهد شک و تردیدش را بطریف کند. وقتی مشتری می گوید: «نمی توانم از پس هزینه آن برآیم»، پس خودتان فرض کنید که او می گوید: «مرا برای پرداخت سالانه چنین مبلغی قائم کن!»

(۱۶) اجازه دهید مشتری تنان به راحتی ابراد بگیرد
وقتی مشتری می گوید: «اجازه دهید در این مورد با همسرم مشورت کنم»، پس خودتان فرض کنید که پس از اولویت بندی ابرادات، پس از این که مطابق با من اطلاعات بهمیت تا دیگر لازم نباشد با شخص دیگری مشورت کنم!

(۱۷) اجازه دهید مشتری تنان به راحتی ابراد بگیرد
بیمه نامه شما نمایت بدهند. باید آن ها در گروه های رقیب، ابراد از نوع و قویانی بینه نامه شما نمایت بدهند. باید آن ها در گروه های رقیب، ابراد از خدمات دهی، ابراد از پوشش ها و... معمولاً تعداد این گروه ها هرگز از عدد ۶ تجاوز نخواهد کرد. حال باید هر ابرادی که تابه حوال شنیده اید را در گروه مربوط به آن ابراد بنویسید. پس از این که تمام این گروه را کارها را گشاده رویی و دوسته پاسخ دهید تا از شما نترسد. ابرادات پس از تصویر نهن تنان از آن ها مخدوش شود. پس کاری کنید مشتری را راحتی ابراد پس از این که شما را مخفی نمایید، کارهای تنان را به او پرسیدید!!

(۱۸) حسن کنیدا
در اینجا شدید شود و از شما خرد کنند. باید ابرادات اساسی مشتری را رفع کنید و او را آسوده دارند و با آن های بیهوده شکل برخود می کنند.

سه لیستی که زندگی شمارا دگرگون خواهد کرد

توبیه کننده: مهدی منتظری
کارشناس شعبه قزوین

۱. لیستی از وزیرگی هایی که می خواهید داشته باشد (لیست باید بایش)
یکی از تأثیرگذارترین زنان دنیا پر اینترنی، می گوید «شما همانی خواهید بود که باور دارید خواهید شد».
دکتر گایل ماتیو، پرسنور دانشگاه کالیفرنیا، در تحقیقات ۲۰ ساله خود که بر روی دانش آموزان مدارس ابتدایی انجام داد به نتایج جالبی از اهمیت تعیین چشم انداز زندگی برای اینده رسید. در دوران ابتدایی از ۱۰۰ دانش آموزش سوالاتی برو این مینا پرسیده شد که چند نفر از آن ها اهداف شان را مکتوب کرده اند؟ چند نفر هدف دارند و چند نفر هیچ هدفی ندارند؟
۲۰ سال بعد، مجدد از وضعیت زندگی این ۱۰۰ نفر اطلاعاتی جمع آوری کرند و مشخص شد ۷۲٪ افرادی که اهداف شان را مکتوب کرده بودند، جزء مرفه ترين و پول دارترین خانواده های شهرشان شده بودند و به معنی واقعی کلمه موقفيت را در زندگی شان بدست آورده بودند. شما نیز هر چندی موقفيت را در زندگی دارید، اعم از این که می خواهید به چه کسی بعد از چند سال تبدیل شوید و چه وضعیتی داشته باشید و... را در لیست مکتوب کنید. کافی است روزانه حداقل بکبار این ۳ لیست را مسروق کنید تا تأثیر شگفت انگیز آن را به وضوح حس کنیدا



ضرورت توسعه فرهنگ بیمه در ایران

قسمت اول

۳- خدمات مناسب: در زمینه ارائه خدمات می توان به پاسخگویی مناسب، خدمات و مشاوره کارشناسی، صدور آسان و تسهیل در پرداخت اشاره نمود.

۴- شبکه مناسب: پهنه گیری از کانال های حرفه ای فروش، انتخاب و آموزش نمایندگان و پوشش جغرافیایی اشاره نمود.

۵- اطلاع رسانی مناسب: ارتباطات، روابط عمومی نظرسنجی، بررسی پیشنهادات و انتقادات، استفاده از رسانه های اجتماعی در بیمه به طور مناسب و پویا از جایی که بیمه می تواند به عنوان فرهنگ و ارزش تبدیل شود، باید یک نقطه شروع استراتژیک را به منظور نهادنی کردن فرهنگ بیمه تعیین کند که این نقطه شروع استراتژیک می تواند نظام آموزش و پرورش باشد در یک طبقه بندی افراد به ۲ طبقه می تواند به فرآیند بزرگتر باشد،

یا می تواند به مدرسه برond یا می تواند بصورت غیررسمی غیراز مدارس فرایگیرند. با افراد داشن، صلاحیت ها و قابلیت های راز طریق تجربه روزمره و زندگی فرمی گیرند. با توجه به انواع آموزش فرهنگ بیمه باید به هر سه نوع آموزش توجه داشته باشد و استراتژی خود را در هریک از آن ها تعیین کند همچنین در هرگذرا آموزش و پرورش می توان فرهنگ بیمه را در سطح جامعه، خانواده و افراد نهادنی کرد یا لاقل آموزش و پرورش را یکی از عوامل مهم در نظر گرفت.

فرهنگ سازی بیمه در سطح ملی فرهنگ سازی بیمه بدون شناخت و فرهنگ ملی میسر نمی شود زیرا ویژگی های فرهنگ ملی بر فرهنگ بیمه اثر می گذارد. هافتادن با مطالعه فرهنگ های ملی در ۶۴ کشور و ویژگی فرهنگ ملی را بر می شمارد.

۱- فرد گرایی در برابر جمع گرایی-۲- فاصله قدرت-۳- مرد سالاری در برابر زن سالاری-۴- ریسک گریزی یا اجتناب از عدم قطبیت

ویژگی چهارم با فرهنگ بیمه ارتباط تگاتگی دارد.

در حالتی که فرهنگ حاکم ویژگی ریسک گریزی دارد، بیمه با کم توجهی روپرتو می شود زیرا صور حاکم این است که بیمه گذاری نوعی ریسک و هزینه- فایده است. در این شرایط بیمه با کم توجهی روپرتو می شود در حالتی که فرهنگ حاکم ویژگی ریسک گذشت

دارد بیمه، نوعی سرمایه، اطمینان خاطر و آرامش نقی می شود و می توان احتمال داد که بیمه با این علاوه مردم مواجه می شود و افراد آن را جزو فرهنگ خود بدانند

کوچک و الاج در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که قبل ریسک عدمتمنشا فرهنگی

دارند تا این که علت محافظه کاری باشد.

با گسترش فرهنگ بیمه، بازار بیمه در کشور گسترش می باید و صنعت بیمه قادر خواهد بود در بازار نفتش فعال تری داشته باشد. توسعه فرهنگ بیمه در ابعاد مختلف سبب اطمینان و آرامش و در نتیجه در تسهیل و تسريع در امر سرمایه گذاری شوند. بنابراین

بیمه هم از جبهه رفاه ملی و هم آسایش فکری و روحی بسیار مؤثر است از آن جایی که

گسترش بیمه و فرهنگ بیمه موجب بالارفتن درجه انکابی افراد می شود باعث می شود که از هزینه های دولتی که صرف این امور می شود کاسته شود و این هزینه ها در امر

زیربنایی کشور به مصرف برستند و باعث رشد و توسعه اقتصادی کشور شود.

تبلیغ کننده: علی کامبیش
کارشناس شعبه زاهدان

صنعت بیمه مجموعه ای است که با محیط غیربیمه ای خارج از صنعت بیمه در ارتباط و تعامل است از جمله این محیط ها، محیط سیاسی، اقتصادی و محیط اجتماعی- فرهنگی را می توان نام برد

از آن جایی که بیمه زمینه رشد و توسعه بیشتر را فراهم می کند، به لحاظ ماهیت و آثار خود مانع از عمیق شدن شکاف طبقاتی می شود و در نتیجه تنش ها و التهاب های اجتماعی و سیاسی را کاهش می دهد با توجه به زمان طولانی لازم برای شکل گیری تحولات فرهنگی، استفاده از روش های راهبردی برای فرهنگ سازی توسعه بیمه الزاماً است زیرا سیاست های پایه ای مبتنی بر مطالعات نظام مند و لذتاً تغییر در مدیریت که طی پردازش باشد در یک طبقه بندی افراد به ۲ طبقه می تواند به فرآیند بزرگتر باشد،

یا می تواند به مدرسه برond یا می تواند بصورت غیررسمی غیراز مدارس فرایگیرند. با

افراد داشن، صلاحیت ها و قابلیت های راز طریق تجربه روزمره و زندگی فرمی گیرند.

با توجه به انواع آموزش فرهنگ بیمه باید به هر سه نوع آموزش توجه داشته باشد و

استراتژی خود را در هریک از آن ها تعیین کند همچنین در هرگذرا آموزش و پرورش

می توان فرهنگ بیمه را در سطح جامعه، خانواده و افراد نهادنی کرد یا لاقل آموزش و

پرورش نیز است.

از آن جایی که فرهنگ سازی به نهادنی شدن تحولات انجام شده در رفتار یک جامعه مربوط می شود، ایجاد بحران مستمر تصمیم گیری در برای آینده بیمه رانمی توان در

زمانی کوتاه و با داشتن اطلاعاتی محدود و مبهم نهادنی نمود شرکت جمعی و اتحادی

فرایگر در بین تماشی سازمان های در گیر عملیات بیمه ای یکی از اصول بنادرین و کاربردی

راهنمان وقت همانطور که از نامشان پیدا شد، وقت راز مامی ذرندند و تابه خودمان می آید

می بینیم زمان به انتها رسیده و وقت من تمام شده و این اصلًا خوشایند نیست

می باید

توسعه فرهنگ بیمه در ابعاد مختلف سبب اطمینان و آرامش و در نتیجه تسريع و تسهیل در امر سرمایه گذاری می شود، چون بیمه هزینه نیست بلکه نوعی سرمایه گذاری است و باید مردم از مزایای این سرمایه گذاری شوند بنابراین بیمه هم از جبهه رفاه ملی و هم از اسایش فکری و روحی بسیار مؤثر است. فرهنگ بیمه را باید در جامعه خود نهادنی کنیم

جهت توسعه فرهنگ بیمه است که اینها با گسترش فرهنگ بازار بیمه در کشور گسترش

نمایند.

قدم پنجم: دزدان وقت خود را شناسایی کنید و از آن ها بر حذر باشید

راهنمان وقت همانطور که از نامشان پیدا شد، وقت راز مامی ذرندند و تابه خودمان می آید

می بینیم زمان به انتها رسیده و وقت من تمام شده و این اصلًا خوشایند نیست

می باید

صحت های کم اهمیت، مهمنان ناخواده، تلفن های مزاحم و بی اهمیت، دوباره کاری، و برای

هر کاری امروز و فردا کردن، بعضی از راهنمایان وقت هستند که همه ما بآن ها سروکار داریم

همه ما از فراد و فعالیت هایی روپرتو هستیم که قصد دزدیدن زمان ما را دارند اما واقعه

کسی دوست دارد با یک درد در ارتباط باشد؟

قدم شماره سیزده: روز خود را بر نامه ریزی کنید

همیشه باشد لیستی برای انجام کارهای خود داشته باشد هنگام بیدار شدن از خواب لیست

کارهای روزانه خود را بتوانید به این فکر کنید که اگر برای یک سال و یک ماه خود چنین

لیستی نداشته باشید چه اتفاقی خواهد افتاد. بدون توجه به هر اتفاقی که پیش می آید، به

برنامه روزانه خود متعهد باشید

قدم هفتم: اولویت بندی کنید

اکنون که روز خود را بر نامه ریزی کردید، نگاهی به آن برنامه بیندازید و بینید سخت ترین

کارهای روزانه را ساعتی از روز گذاشته اید. مهم ترین کار را در ابتدای برنامه قرار دهید این

گام ساده، احسان فوق العاده کنترل داشتن و تکمیل کار را به شما القامی کند

فرهنگی که معطوف به آینده نگری، کار و تلاش، مسئولیت پذیری و قانون گرایی باشد،

پیشرفت و رفاه را به همراه دارد و این نشانگر قدرت فرهنگ و تأثیر سرنوشت ساز آن است.

۱- محصول مناسب: یک محصول زمانی مطلوب واقع می شود که بخواهیم این استراتژی را در

جامعه باشد، متنوع باشد در هر زمینه ای از جمله: در زمینه های شخصی، صنعتی و تجاری

و کیفیت مطلوبی داشته باشد.

۲- قیمت مناسب: ریسک ها متمایز باشند، خسارت ها کنترل باشند، هزینه سرمایه و

منبع: زمانهای بیمه شماره ۱۵۷



چگونه با مدیریت زمان زندگی خود را متتحول کنید؟

گردآورنده: آرینا کرمی

۲۶۷۱

آیا شما هم به این فکر می کنید که کاش زمان بیشتری برای انجام کارهای تان داشتید؟ آیا این فکر می کنید که کاش می توانستید وقت خود را به کارهای مفیدتری اختصاص دهید؟ آیا شما هم با کمپود وقت درگیر هستید؟

مدیریت زمان عنوان مهارتی است که به شما کمک می کند تمام کارهای خود را سروق و موقعاً انجام دارید و هیچ گاه دچار کمود زمان نشود اما به دست آوردن مهارت مدیریت

زمان که فکر می کنم تک تک ما به شدت دنیا آن هستیم خیلی ساده نیست.

در ادامه ۷ قدم طلایی مدیریت زمان از یکی از بهترین مدرسان انگلیشی و موقیتی دنیا (واتر پاپ) باشم که در صورت رعایت آنها در امداد خود را فرایش خواهید داد و

می توانید روابط خانوادگی مستحکم تری داشته باشید. همه ما در روز زمان

در اختیار داریم اما چیزی که افراد موفق را از دیگران متمایز می کند توانایی و کیفیت مدیریت زمان آن هاست.

قدم شماره یک: برای مدیریت زمان پاید بتوانید «نه» بگویید

شاید به ظاهر، این که همیشه به همه پاسخ مثبت بدهید راحت تر باشد، اما به چه قیمتی؟ تابه حال فکر کرده اید شاید پاسخ منفی در بسیاری از موقع گزینه بهتر و مفیدتری برای رهایی از استرس های زیاد است. نه گفتن به معنی خودخواهی نیست وقتی وظیفه جدیدی را نمی پذیرید به این معنی است که مستولیت هایی که در حال حاضر به عهده دارید

برای تان اهمیت دارد و نمی خواهید در انجام آن ها کوتاهی رخ میانه دید. مدیران موفق و رهبران تجارتی از نه گفتن هستند گفتن چنین جمله ای بسی احترامی نیست بلکه زمان خود را کنیل می کنند.

قدم شماره دو: برای هر فعالیت بازه زمانی تعیین کنید

فرهنگی از کارهایی که باید هر روز انجام دهید تهیه و زمان لازم برای انجام آن ها را واقع گرایانه جلوی هر مردم بود داشته باشد که بروزهای بزرگ را به بازه های بزرگ بازی و مفیدتری برای این ها کوتاه کنید کارهایی وجود دارد که سال های موقعاً گذاشته اید آن ها را به

وقتی های کوچکتر تقسیم کنید و در بازه های زمانی کوتاه انجام دهید.

قدم شماره سه: مشکلات را حل کنید و اجازه ندهید باقی بماند

اگر فعالیتی را اغاز کرده سعی کنید آن را به پایان برسانید هرگز تازمانی که وقت کافی برای پرداختن به یک نامه، پست الکترونیک یا تماس تلفنی ندارید، سراغ آن نزولید این اولین گام برای مدیریت بهتر زمان و افزایش عملکرد است.

اگر هر روز ۱۵ دقیقه را صرف بازبینی بازارخواهی اینستاد و پست الکترونیک کنید، هر سال ۹۷ ساعت را هدر می دهد که در آن هیچ اقدام مفیدی انجام ننداهید. آیا مایلید به هر سال هفتاه اضافه کنید؟ از این قانون ساده استفاده کنید: فقط یک بار سراغ هر کار بروید.



انواع مخرب مدیریت ذره بینی سازمان تان را با مدیریت تأثیرگذار اداره کنید



در محیطی که امنیت شغلی زیر سوال رفته، کارمندان سعی می‌کنند ساخت ترا باشند و هیچ انتقادی به هیچ اتفاقی نداشته باشند و با ادامه دادن به چنین روشی، با کار کردن بیش از اندازه به جایی می‌رسند که دچار فرسودگی شغلی می‌شوند و در نهایت به دلیل مشکلات فیزیکی و ذهنی ناشی از کار زیاد و استرس توان ادامه کار از آن ها سلب می‌شود و نتیجه ای جز ضرر به کسب و کار تان در برخواهد داشت.

کندشن پیشرفت

در واقع به عنوان یک مدیر، با مدیریت ذره بینی پیشرفت کسب و کار تان را به مخاطره خواهید اندشت. باید بدانید که به تدریج کارکنان تان ابتکار عمل شان را زدست می‌دهن، اگر به طور مستمر بر فعالیت شان نظرارت داشته، آن ها را تحلیل کنید و انتظار دستورالعمل های دقیق درباره چگونگی انجام کارشان از آن ها داشته باشید، به جای این که همراه شان باشید.

تأثیر دیگری که چنین شیوه مدیریتی بر کسب و کار تان خواهد داشت، کندشن به سرانجام رسیدن پروژه های سازمان تان به طور چشمگیری خواهد بود. زیرا کارمندان برای جلب نظر و رضایت مدیریت ذره بینی شما کارش را دوباره و دوباره انجام می‌دهند، مطالعه دادن مستقل نکرند و بدون نظرات مستمر کارشان را به انجام برسانند.

تحت تأثیر قرار گرفتن بهره وری در قلب شان دارند، اما در بدون شک بهره وری یکی از مهم ترین املاک های یک کسب و کار است که متأسفانه در مدیریت وجود دارد که در آن تمام کارمندان شرکت از مدیرشان می‌ترسند و به نوعی از انتقال دارند که به آن مدیریت ذره بینی گفته می‌شود. فاصله باریکی بین مدیریت تأثیرگذار و ذره بینی وجود دارد و متأسفانه اغلب این فاصله رعایت نمی‌شود.

در واقع مدیریت ذره بینی زمانی اتفاق می‌افتد که شما به عنوان یک مدیر هر ثانیه از روز کاری کارکنان تان را زیر نظر دارید، نسبت به هر جزئیاتی وسوس به خرج داده و حسنه می‌شود و از کارکنان تان جزوی ترین مسائل مربوط به انجام کارشان را می‌رسید و در نهایت از خط بین مدیریت تأثیرگذار و ذره بینی عبور می‌کنید که می‌تواند از بلندمدت مخربی روی کسب و کار، کارمندان، روابط، بهره وری و... داشته باشد.

به خطر افتادن سلامتی

مدیری که به صورت ذره بینی کارمندانش را تحت نظر دارد، باید بداند که در نهایت سلامتی آن ها را به خطر می‌اندازد جانان دی. کوبک، آموزش مردمی پژوهشی هاروارد که یکی از نویسندهای کتاب «مدیریت پیشگیری از استرس در سازمان ها» نیز ایست، با حمایت از این نظریه معتقد است که «کیفیت مدیریت مدیران بید در طول زمان و به تدریج روی سلامت کارمندان تأثیر می‌گذارد».

او همچنین می‌گوید که تحقیقات مرتبط با مدیریت ذره بینی به وجود آمدن انواع مختلف از مشکلات سلامتی مثل افزایش ریسک حملات قلبی، فشار خون بالا، مشکلات خواب، استرس مزمن و حتی روی اوردن افراد به سیگار کشیدن، پرخوری و راه همراه دارد.

آسیب رابطه مدیریتی - کارمندی

یکی دیگر از مضرات مدیریت ذره بینی در محل کار، آسیبی است که به رابطه میان مدیر و کارمند وارد می‌شود. با زیر نظر گرفتن هر کاری که کارمندان تان انجام می‌دهند، وارد شدن تمام جزئیات کاری شان و دوباره انجام دادن کارها به این دلیل

که به روشی که مدیریت ذره بینی می‌تواند علاوه بر کسب و کار و کارمندان داشته باشد، زیرا کاری شکل می‌دهد که اعیانش با یکدیگر همکاری نمی‌کنند و شروع به کار کردن فقط با مدیرشان می‌کنند.

زیر سوال رفتن امنیت شغلی

از دیگر تأثیرات منفی که مدیریت ذره بینی می‌تواند روی کسب و کار و کارمندان داشته باشد، زیر سوال رفتن امنیت شغلی است. در حالی که امروزه وجود امنیت شغلی یک موضوع داغ مورد بحث در میان نیروهای کار لست کارمندانی که تحت تأثیر مدیریت ذره بینی قرار دارند و نظرات مستمر بر کارشان صورت می‌گیرد، اغلب با ترس از تنزل یافتن رتبه یا از دست دادن کارشان زندگی می‌کنند و با چنین هراسی هر روز در محل کارشان حاضر می‌شوند.

نزول اخلاق کاری

همان طور که گفته شده، کارمندانی که تحت تأثیر مدیریت ذره بینی به طور مداوم با انتقاد مواجه می‌شوند و این حس در آن ها به وجود آمده که هیچ کاری را درست انجام نمی‌دهند، همکاری با یکدیگر را متوقف می‌کنند اعتماد به نفس چنین کارمندانی از بین می‌رود زمانی که مجبور می‌شوند کارشان را دوباره انجام دهند و در نتیجه رضایت شغلی شان به دلیل عدم استقلال و اطمینانی که نسبت به آن ها وجود دارد، به طور چشمگیری نزول پیدا می‌کند.

در یک تحقیق صورت گرفته از افرادی که پیش از این تحت تأثیر مدیریت ذره بینی بوده اند یا در حال حاضر در چنین محیطی کار می‌کنند، نتیجه تعجب آوری نیست شده است.

۶۹ درصد از این افراد در صدد تغییر شغل شان هستند و نتیجه بدتری که از این تحقیق به دست آمده این است که ۸۵ درصد از این افراد معتقد بودند که اخلاق

کاری شان به صورت منفی تحت تأثیر چنین روش مدیریتی گرفته است. نتیجه چنین اثرات مخربی کامل‌مشخص است؛ کارمندان باید فضا و استقلال کافی برای کار کردن، در خواسته های منطقی و روش انجام کارشان داشته باشند. گفت و گوهای ازادانه باید مورد تشویق قرار گیرد و اجازه گرفتن تصمیمات مستقل به آن ها داده شود. فقط کار تیمی را که می‌تواند نوآوری، همکاری و راه حل های خلاقانه برای رفع مشکلات به همراه داشته باشد از دست خواهد داد.

نکته: برای حذف اسلاید های موجود در ارایه کافی است که از پنجره انتخاب اسلاید (Slide/Outline) بر روی اسلاید مورد نظر (که می خواهد آن را از ارایه حذف نماید) کلیک راست کرده و از کادر باز شده گزینه Delete Slide را انتخاب نمایید.

برای شخصی سازی رنگ پوسته به رنگ های دلخواه خود، پس از باز شدن کادر Color گزینه Themes (پوسته ها) را انتخاب کرده و از پنجره (تم ها) قالب های طراحی شده ای هستند که به شما این اجرازه را می دهند که در میسر ارایه ای که روی آن کار می کنید (تمامی اسلاید های ارایه) یک هماهنگی در زمینه آن وجود آورید.

استفاده از یک پوسته در ارایه در حال ساخت: برای اضافه کردن یک پوسته (تم) به اینداز سربرگ Design به کادر گروه Themes مراجعه نمایید.



از این کادر گروه بر روی فلش کوچک کناری کادر پوسته ها کلیک کرده تا کادر زیر مجموعه ها که شامل تعدادی پوسته به صورت پیش فرض می باشد باز شود.



تغییر سبک (استایل) پس زمینه پوسته انتخاب شده: برای تغییر سبک (استایل) پس زمینه پوسته انتخاب شده مراجعه نموده و بر روی گزینه Background Styles کلیک کنید و از کادر زیر مجموعه های آن که باز خواهد شد، سبک پس زمینه مناسب را انتخاب کنید.



توجه داشته باشید که در کادر زیر مجموعه ها دو گزینه دیگر نیز وجود دارد که برای شخصی سازی سبک زمینه پوسته انتخابی استفاده می شود و Reset Slide Background که برای بازنگرداندن اسلاید را بازگشت به تنظیمات اولیه زمینه در صورتی که تغییرات را باید کرده باشید استفاده می گردد.

نرم افزار پاورپوینت این امکان را در اختیار شما قرار می دهد که رنگ پوسته ای انتخاب شده را تغییر دهید و یا زنگ جدیدی برای آن طراحی کنید. برای تغییر رنگ پوسته ای که انتخاب کرده اید از کادر گروه Themes گزینه Colors را انتخاب کنید. با کلیک روی این گزینه کادر رنگ های آن به صورت کشویی باز خواهد شد که می توانید با حرکت دادن فلش موس بر روی گروه رنگ های پیشنهاد شده توسط برنامه، پیش نمایشی از آن گروه رنگی را مشاهده کرده و پس از انتخاب گروه رنگی مناسب با نیاز خود، با کلیک بر روی آن گروه، رنگ های موجود در آن (گروه رنگی) در پوسته اعمال خواهند شد.

آموزش گام به گام Power Point

برای اضافه کردن یک اسلاید از ارایه ای دیگر: اضافه کردن اسلاید ها (Add Slides).

برای اضافه کردن اسلاید در یک ارایه گزینه های مختلفی از جمله اضافه کردن اسلاید با تم های پاورپوینت، تکثیر اسلاید موجود و استفاده مجدد از یک اسلاید در اختیار شما قرار گرفته است.

برای اضافه کردن یک اسلاید جدید به ترتیب زیر عمل کنید: ایندا اسلاید قبل از جایی را که می خواهید اسلاید جدید وارد شود را انتخاب کنید.

اگر بین اسلاید پنجم و ششم گذشته شده در بالا، سپس بر روی فلش کوچک گزینه Reuse Slides کلیک کنید و از کادر آن گزینه Reuse Slides را انتخاب کنید.



حال از پنجره باز شده در سمت راست برنامه بر روی گزینه Browse کلیک کنید و از کادر باز شده زیر آن گزینه Browse File را انتخاب کنید.



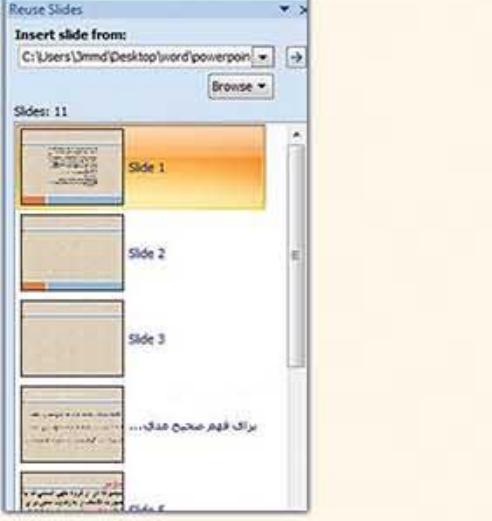
حال از این کادر اسلایدی که متناسب با نیاز شماست را انتخاب کرده و با کلیک بر روی آن، اسلاید جدید در ارایه ایجاد خواهد شد.



حال از پنجره باز شده اقدام به انتخاب فایل مورد نظر (ارایه دیگر) که در سیستم شما موجود است نمایید.



حال اگر می خواهید اسلاید جدیدی که به ارایه اضافه می شود، اسلایدی تکراری از یک و با چند اسلاید موجود در ارایه جاری باشد: ایندا اسلاید و با اسلاید های را که باید تکرار شود انتخاب نمایید. سپس بر روی فلش کوچک پایینی گزینه New Slide در سربرگ Home کلیک کنید و از کادر باز شده گزینه Duplicate Selected Slides را انتخاب کنید تا اسلاید (ها) انتخاب شده تکرار شوند.



نکته: عملیات کمی کردن یک اسلاید موجود در ارایه را می توانید از طریق فشردن کلید Ctrl و Drak کردن هم زمان اسلاید مورد نظر به راحتی انجام دهید.



پرسش و پاسخ های بیمه ای



در این شماره قسمت چهارم پرسش و پاسخ موضوعات بیمه ای را در جبهت افزایش داشت و آگاهی نمایندگان محترم و به منظور بالا بردن سطح دانش عمومی همکاران بیان می نماییم. این پرسش و پاسخ ها موضوعات متنوعی در انواع رشته های بیمه ای را عنوان می کنند. امیدواریم موضوعات مطرح شده مورد استقبال شما تبریزیان قرار گیرد.

همچنین می توانید سوالات خود را طریق پست الکترونیک و روابط عمومی Pasargadpr@gmail.com ارسال نمایید.

آشنایی با شرایط بیمه تامه ها، از ایجاد مشکلات و گرفتاری در روند فعالیت های روزمره جلوگیری می کند.

« آیا در تصادف رانندگی، طرف زیان دیده می تواند به علت خواب ماشین و کار نکردن ماشین (که کامیون بوده) ادعای خسارت بکند؟ مطابق ماده یک قانون مستولیت مدنی هر کس به دیگری برخلاف قانون زیان وارد کند مسئول جرمان آن زیان خواهد بود. با توجه به این موضوع، زیان دیده می تواند باید عدم امکان بهره برداری از خودرو از مسبب خسارت مطالبه کند از آن جایی که مطابق بند ب ماده ۱ قانون جدید ثالث، خسارت مالی تنها برای زیانی که به اموال شخص ثالث وارد شده

تحت پوشش بیمه شخص ثالث است این خسارت از محل بیمه نامه شخص ثالث قابل برداخت نیست.

« آیا می توان بیمه زندگی (عمر) را به عنوان مهریه با توجه به فرض عندالمطالبه بودن آن استفاده کرد؟

شده، در تعهد بیمه گرو یا صندوق تأمین خسارت بدنی است؟ در چنین حادثی که راننده مقصو حادثه که دچار جرح و یافوت شود برداخت خسارت در تعهد بیمه گرو یا صندوق تأمین خسارت بدنی نیست.

و قنی پسری فرزندش را بیمه کرده و فرزند فیوت کند، پسر می تواند سپرده فرزند را نگیرد و هر ماه مبلغ بیمه را واریز کند و فقط پتواند از سودش استفاده کند؟

با فوت بیمه شده قرارداد بیمه زندگی خاتمه می پاید و بیمه گذار دیگر ملزم به انجام تعهدات نمی باشد. پس از فوت بیمه شده، سودی به برداختی های بعد از فوت تعلق نمی گیرد. عدم اعلام فوت بیمه شده به بیمه گز می تواند تقلب محسوب شده و موجب ابطال بیمه نامه گردد که در این صورت شرکت بیمه هیچ الزامی برای برداخت اندوخته با سرمایه زندگی نخواهد داشت.

« اگر کارگری به کارگر دیگر صدمه بیند، هزینه پزشکی و دیه بر عهده کارگر است یا کارفرما؟

پوشش تکمیلی مستولیت متقابل کارکنان این مورد را پوشش می دهد. در صورت خردید این پوشش، بیمه گر در جاری چوب قرارداد تا سقف مشخص شده هزینه پزشکی و دیه را برداخت خواهد کرد. در صورتی که این پوشش خردیاری نشده باشد برداخت هزینه پزشکی و دیه متعلقه بر عهده کارگر مقصو می باشد.

« جهت انتقال تخفیف های ثالث بدنی چه شرایطی وجودارد و منظور از نوع مشابه چیست؟

منظور از خودروی مشابه، خودرویی است که در همان رده باشد مثلاً سواری به سواری، وانت به وانت، اتوبوس به اتوبوس و -

انتقال تخفیف بدنی با فix روزشمار بیمه نامه قبلی و صدور بیمه نامه جدید انجام می شود در بیمه نامه ثالث برای خودروی فروخته شده الحاقیه حذف تخفیف صادر می شود و برای خودروی جدید الحاقیه تغییر سابقه این کار وقتی بیمه نامه ها از یک شرکت نیاشد چنان

ساده نیست.

« آیا می توان بیمه زندگی (عمر) را به عنوان مهریه با توجه به فرض عندالمطالبه بودن آن استفاده کرد؟

این در حالی است که در انتهای این گزارش تأکید شده، بدون شک صنعت بیمه عادی و انتکایی در آینده با چالش های بی شماری مواجه می شوند؛ اما اکنون زمان آن است که این

صنایع بهتر از گذشته با چالش ها و مشکلات موجود رویه رو شوند بازیگران کلیدی و مقدار

هم اکنون بر سرمایه گذاری در بخش های تکنولوژی، به حداقل رساندن کمال های دیجیتال، ارائه بیشنهادهای مختلف و تزدیکی بیشتر با ریسک های اصلی متوجه خواهد شد.

در آخرین گزارش منتشر شده توسط مؤسسه رتبه بندی «A.M.Best»، آمده است، «شرکت های

بیمه اگر چه همچنان از مسائل مختلف مالی مانند مسائل تقدیمی و بحران بدھی به علاوه تداوم نرخ پیرایش می بزنند اما با وجود تملیم این موارد، صنعت بیمه عادی و انتکایی در برابر بحران های مالی نسبت به گذشته مقاوم تر و محکم تر شده است.»

مدیریت ریسک، چالش جدید صنعت بیمه شرق آسیا

از آن جایی که امکان انتقال تخفیف از خودروی قبلی به این خودرو هست صرف اسال ساخت

رانی توان ملاک قرارداد می باشد مشخص شود این یک سال اضافی به چه طریقی در بیمه نامه وارد شده است. اگر از طریق انتقال از خودروی قبلی بوده مشکلی ندارد در غیر این صورت باید با صدور الحاقیه تصحیح شود

« کسی که خودروی قولنامه ای خود را بیمه بدنی می کند، در صورت حادثه می تواند از بیمه بدنی استفاده کند؟

مفهوم ذینفع در بیمه نامه های اموال یعنی کسی که در بقای مورد بیمه نفعی داشته باشد.

کسی که به موجب قولنامه رسمی تمام یا قسمت عمده قیمت خودرو را برداخته است ذینفع محسوب شده و می تواند از محل بیمه بدنی خسارت دریافت کند.



آلودگی هوای در دسر جدید بیمه گران هندی

شرکت های بیمه فعال در هندوستان اعلام کردند که افزایش آلودگی هوای گسترش بیماری های مریوط به این پدیده جوی، باعث شدت گرفتن خسارت هاشده است.

«آبیجهت گوش» رئیس بخش بیمه درمان شرکت «باجاج الیانز» در این باره گفت: ما شاهد افزایش ۱۵ تا ۱۸ درصدی خسارت های مریوط به آلودگی آب هستیم و این در حالی است که افزایش خسارت های ناشی از آلودگی هوای نزد ۱۲ تا ۱۵ درصد افزایش داشته است.

به گفته این کارشناس بیمه، میزان خسارت های مریوط به آلودگی همین ۱۲ تا ۱۵ دلار است.

هنجین «بیوجر جنرالی» یکی دیگر از شرکت های بیمه در هند نیز اعلام کرد که میزان خسارت های بیمارستانی در سه سال گذشته از ۴۰۰ درصد به ۲۵ درصد افزایش داشته است. میزان خسارت های بیمارستانی از سوی هر بیمار است و اکثر بیماران احتیاج به ستری شدن در بیمارستان های برای مدت طولانی دارند.

«ICICI» دیگر شرکت بیمه در هندوستان نیز طی گزارشی تأکید کرد: آلودگی منجر به افزایش بیماری های شده است. میانگین هزینه ستری هر بیماری از ۴۱۹۱ رویه در سال ۲۰۱۵ میلادی به ۴۵۱۰۴ رویه در سال جاری افزایش داشته است.

در این گزارش به اشاره شرکت بیمه از هر زمان دیگری برای مقابله با چالش های جهانی صنعت بیمه جهان امروز بیش از هر زمان دیگری برای مقابله با چالش های جهانی آمادگی دارد در دهه های گذشته صنعت بیمه با چالش های بی شمار جهانی مانند بحران مالی جهان، بی ثبات به دنبال روبردهای جهانی و خسارت های سازمان یافته روبه رو یافده است. و به همین دلیل فعالان این صنعت بیش از هر زمان دیگری آماده مقابله با این چالش هاست.

در این گزارش به اشاره شرکت بیمه این صنعت پیشنهاد شده است که با پذیرش و انتطاق با افزایش

رسک در دهه های گذشته صنعت بیمه با چالش های بی شمار جهانی مانند بحران مالی جهان، بی ثبات به دنبال روبردهای جهانی و خسارت های سازمان یافته روبه رو یافده است.

و به همین دلیل فعالان این صنعت بیش از هر زمان دیگری آماده مقابله با این چالش هاست.

در آخرین گزارش منتشر شده توسط مؤسسه رتبه بندی «A.M.Best» آمده است، «شرکت های

بیمه اگر چه همچنان از مسائل مختلف مالی مانند مسائل تقدیمی و بحران بدھی به علاوه تداوم نرخ پیرایش می بزنند اما با وجود تملیم این موارد، صنعت بیمه عادی و انتکایی در برابر بحران های مالی نسبت به گذشته مقاوم تر و محکم تر شده است.»

شرکت های بیمه فعال در منطقه شرق آسیا اکنون با چالش جدیدی روبه رو هستند با وجود

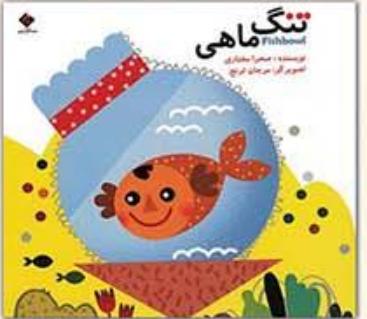
مزایای سرمایه گذاری های زیرساختی، به کارگری قسمتی از این سرمایه ها در کشورهای غضو اتحادیه کشور های جنوب شرق آسیا (آس.آن) به چالش برای شرکت های بیمه ای

تسبدیل شده است که در قسمت زیرساخت ها فعالیت می کنند. «بولینا بتروشکا» مدیرکل شورای بیمه آس.آن در این باره گفت: افزایش سرمایه ها در بخش های تجاری صنعت بیمه باعث شده است تا بیمه گران از سرمایه گذاری در بخش های تجارتی زیرساخت ها دلسرد شوند.

اتحادیه کشورهای جنوب شرق آسیا موسم به آسمان را - که امروز به میدان جنگ اقتصادی



چاپ کتاب «تنگ ماهی» به نویسنده مدیر فروش بیمه عمر و تأمین آنیه



کتاب «تنگ ماهی» به نویسنده‌ی صحراء اختخاری مدیر فروش بیمه عمر و تأمین آتیه کد ۵۰۰۲۶۸ با موضوع داستان‌های اجتماعی در روزهای پاییز ۱۳۹۵ چاپ و منتشر شد.

این کتاب مصور به صورت دو زبانه برای کودکان نوشته شده و نویسنده در معرفی این کتاب آورده است: «این کتاب را با هدف آشنایی کودکان با شناساندن بیمه به کودکان نوشتم، در نظر من پرورش کودک کاری است که باید از روی عشق و احساس انجام داد. نوشتمن برای کودک را جزیی از وظایف خود می‌دانم و من به عنوان یک مادر دوست دارم اطلاعاتی را در زمینه‌های مختلف مثل بیمه، سرمایه‌گذاری و در قالب داستان را به کودکان سازمیم بدهم.»

برگزاری همایش بازاریابی و فروش بیمه عمر و تأمین آتیه در استان مازندران



حضور بیمه پاسارگاد در نمایشگاه اثار و میراث های قرآنی



بوب‌آقا رفیعی نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آئیه کد ۶۸۱۰۷ با حضور در نمایشگاه انار و جشنواره میوه‌های قرانی با معرفی بیمه عمر و تأمین آئیه نسبت به ارائه این بیمه نامه به بازدیدکنندگان اقدام نمود.

بیمه پاسارگاد در این نمایشگاه با برایانی غرفه اختصاصی مراجعته کنندگان را نسبت به تأمین آینده‌ای در خشان فراخواند و با حضور دو هفتاد ای این نماینده پرتابلش به همراه تعدادی از نماینده‌گان فروش موجب شد تا بیمه عمر و تأمین آئیه با استقبال بسیار گسترده مواجه شود.

پرداخت غرامت بیمه عمر و تأمین آبیه قوسط شعبه گرگان



غرامت بیمه عمر و تأمین آتیه و حادثه تکمیلی جوان حادثه دیده تحت پوشش بیمه عمر و تأمین آتیه با دلジョیی از خانواده این جوان توسط شعبه گرگان پرداخت شد.

طبقه گزارش های دریافتی، جوان حادثه دیده با پرداخت دو قسط از اقساط بیمه نامه ۱۵ ساله خود در اثر حادثه، جان خود را از دست داده و خانواده این فرد دوراندیش طی مراسمی با دلجویی مدیر منطقه ۴، همکاران شعبه گرگان و جمعی از نمایندگان بیمه عمر و تأمین آتیه با حضور در شعبه مبلغ غرامت عمر و حادثه این بیمه نامه را دریافت نمودند.

گفتنی است با پیگیری های شعبه گرگان پرونده حادثه مذکور در کوتاه ترین زمان ممکن تکمیل و غرامت بیمه عمر و حادثه تکمیلی این پرونده به مبلغ ۹۵۶ میلیون ریال به مادر این جوان پرداخت شد.

گسب مقام در مسابقات کشتی فرنگی ناشنوايان توسيط فرزند پاسار گادي



با خبر شدید امیرعباس آخوندی فرزند نرگس قائد امنیتی نماینده کد ۲۵۹۸ در مسابقات قهرمانی و انتخابی تیم ملی کشتی فرنگی ناشتوانی کشور در وزن ۵۰ کیلوگرم به مقام نایب قهرمانی دست یافته است گفتنی است رئیس و مدیر هیأت ورزش های ناشتوانی، نماینده اداره کل ورزش و جوانان استان بوشهر در مراسمی از این فرزند قهرمان پاسارگادی قدردانی نمودند.

قهرمان کشتی آلیش جهان تحت پوشش بیمه عمر و قامین آفیه



داده عوض زاده قهرمان کشتی آلبیش جهان توسط بهمن محمدزاده کد ۳۴۷۴۳ و با همراهی شعبه گنبدکلوس تحت پوشش بیمه عمر و تأمین اتیه قرار گرفته. عوض زاده سرپرست حال حاضر اداره ورزش و جوانان شهرستان کلاله از روسانی گونبیلی تولیع شهرستان کلاله، با مادرک تحصیلی فوق لیسانس از دانشگاه آزاد کرج در رشته بیومکاتیک ورزشی، سویق و عنایوین کسب شده در عرصه جهانی، آسیایی و کشوری درخشانی دارد. ایشان دو مدال نقره جهان آزاد و کلاسیک کشتی آلبیش در سال ۱۶۰۴ قرقیزستان را از آن خود کرده است.

حضور بیمه پاسار کاد در همایش روز بیمه شهرستان اهواز



گردهمایی شرکت های بیمه به مناسبت گرامی داشت روز بیمه با حضور فعال این شرکت ها با حمایت شعبه اهواز برگزار شد.

در این مراسم یک روزه که با حمایت بیمه پاسارگاد برگزار شد جمعی از همکاران و تماشندگان شعبه اهواز با طراحی فضای اختصاصی اقدام به معرفی انواع خدمات بیمه پاسارگاد برداخته و با ارائه اطلاعات تخصصی بازدید کنندگان این همایش را همراهی نمودند.

گفتنی است در این همایش شرکت های بیمه استان خوزستان بار دیگر اتحاد و همیستگی خود را در راه خدمت رسانی، به مردم خونگرم منطقه به اثبات رساندند.

نمایشگاه فروش زمستانه در شب یکدا با حضور بیمه پاسارگاد



الهام رفیع زاده نماینده کد ۱۹۲۷ با برپایی غرفه اختصاصی در نمایشگاه فروش زمستانه (شب یلد) در پارک جنگلی شهرستان ارومیه نسبت به ارائه بیمه عمر و تأمین آئینه اقدام نمود.

این نماینده پرلاش به همراه تنی چند از همکاران خود در طول شش روز با وجود برودت هوا و بارش برف سنگین در روزهای سرد زمستانی بازدید کنندگان از این نمایشگاه را به داشتن پوشش بیمه عمر و تأمین آئینه فراخواندند غرفه بیمه پاسارگاد در نمایشگاه فروش زمستانه با استقبال مراجعه کنندگان همراه بود.



حضور بیمه پاسارگاد در همایش انبوه سازان مسکن خراسان رضوی



با حمایت شعبه مشهد در یک اقدام مشترک، شرکت خدمات بیمه ای فرزانگان آپارتمان کد ۵۰۰۱ سید مسعود اکرمی نماینده کد ۳۸۰۵، امیرحسین خسروی نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آتیه کد ۶۰۶۳ با حضوری فعال در همایش انبوه سازان مسکن و ساختمان خراسان رضوی که در ۱۶ آذرماه در محل هتل توریست توس در مشهد برگزار شد، شرکت نموده و به معرفی خدمات و توانمندی های بیمه پاسارگاد به حدود ۴۰۰ نفر از حاضرین در همایش که از فعالان عرصه ساخت و ساز استان بودند، پرداختند.

مهندی محمود پژو، رئیس هیات مدیره انجمن انبوه سازان خراسان رضوی با حضور در غرفه شرکت بیمه پاسارگاد مستقر در همایش، ضمن گفتگو با رئیس شعبه مشهد، از مشارکت فعال بیمه پاسارگاد در این همایش تقدیر و تشکر به عمل آورد.

تقدیر از کارکنان پلیس راه استان گیلان به مناسبت هفته حمل و نقل و راه داری



در هفته حمل و نقل و راهداری طی مراسمی با حضور مسئولان استانی و استاندار گیلان در سالن همایش شهید دهقان شهر رشت از کارکنان سازمان حمل و نقل و کارکنان پلیس راه استان بالادعی لوح تقدیر قدردانی شد. در این مراسم که با همراهی شعبه رشت و تلاش های نظری مدیر فروش کد ۹۰۷ و مجموعه توانمند ایشان همراه بود ضمن سخنرانی در قالب معرفی بیمه عمر و تأمین آتیه با ارائه بروشورهای مربوط به این بیمه نامه به معرفی بیش از پیش بیمه پاسارگاد پرداخته شد.

پرداخت غرامت بیمه عمر و تأمین آتیه توسعه شعبه شاهroud



شعبه شاهroud غرامت بیمه عمر و تأمین آتیه و حادثه تکمیلی بیمه گذار خود را با دل giovi از خانواده جوان حادثه دیده به وراش ایشان پرداخت کرد. این فرد در پیمن ماه سال گذشته تحت پوشش بیمه نامه عمر و تأمین آتیه با حق بیمه ماهانه ۲ میلیون ریال و سرمایه فوت ۶۰۰ میلیون ریال و قوت در اثر حادثه یک میلیارد ریال قرار گرفت. گفتگی است ایشان بعد از پرداخت تعداد پنس فقره از اقساط خود در اثر تصادف رانندگی در محور شهرستان پاک شهر جان خود را زست داد و با پیگیری های شعبه شاهroud و همکاری شعبه پاک شهر پرونده این حادثه در مدت دو ماه نکمیل و غرامت بیمه عمر و حادثه تکمیلی این پرونده به مبلغ ۱۵۹۶۹۷۹۱۹ ریال به وراش قانونی پرداخت شد.

فعالیت نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آتیه در روز مراسم عروسی



با خبر شدید در اقدامی جالب و شایسته فاطمه اسلام بیگ نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آتیه کد ۶۷۶۸۲ (سازمان فروش کد ۹۱۹) در روز برگزاری مراسم عروسی خود نسبت به فروش تعداد ۲۰ فقره بیمه عمر و تأمین آتیه به دست اندکاران و شرکت کنندگان در مراسم عروسی (نوازنگان و حضار) اقدام نموده است. «آینه پاسارگاد» با آرزوی موفقیت برای این نماینده خوش ذوق، خوش بختی و سعادت وی را در گاه خداوند متعال مستلت می نماید.

برگزاری سمینار هم افزایی بیمه و صنعت حمل و نقل در شهر مشهد



دغدغه صنعت حمل و نقل نیز برای بیمه قابل درک است. در این صنعت بیمه گذار به ذیال، خرید بیمه ای مورد تأیید گمرک می باشد. انتظار تداوم ارائه خدمات عوض نکردن تضمین، حضور در گمرک ها، تسريع و تسهیل در اعلام وصول، نظارت و کنترل بروز گواهی های صادره در مزه های مختلف، به موقع پرداخت کردن خسارت توسط شرکت بیمه را دارد. یکی از این خدمات پوشش های بیمه ای طرح تأمین شرکت های حمل و نقل بین المللی در مقابل گمرک است و دیگری طرح تضمین تعهدات تحویل گیرندگان کانتینر در قبال مالکان می باشد.

مدیر منطقه دو با اشاره به امکانات و داشتن کادر معتبر کارشناسان بیمه پاسارگاد اذاعات داشت: بیمه پاسارگاد دارای ۱۵ منطقه، ۷۰ شعبه و ۲ هزار نمایندگی در سطح کشور و دارای رتبه یک در توانگری مالی بین سایر شرکت های بیمه می باشد.

مدیر منطقه دو گفت: بیمه پاسارگاد با قریب ۲ سال کار اصولی و حرفة ای بر روی طرح مذکور امکان پذیرش ۱۲۰ میلیارد تومان ظرفیت رسیک پذیری ایجاد کرده و امیدوار است بتواز در رضایت خاطر شما را فراهم کند.

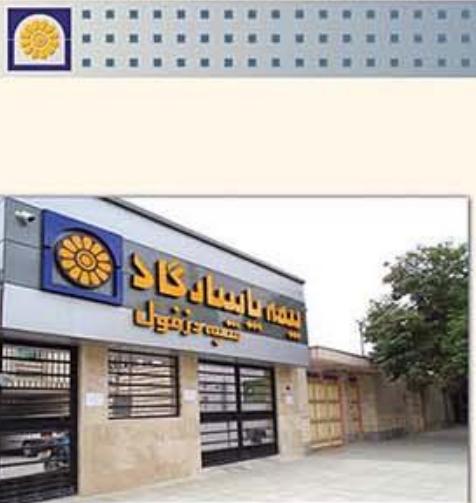
در ادامه مراسم وحید حابیری مدیر عمل تأمین تراپی، شرکت کنندگان را به طور کامل با طرح تضمین گمرک و مزايا و اهمیت آن آشنا نمودند همچنین در این مراسم فرضی فراهم شد تا سرپرست دفتر کل نظارت بر تراپیت گمرک جمهوری اسلامی ایران نیز در گفتگوی صمیمه ضمن شنبden دغدغه های شرکت های حمل و نقل بین المللی به سوالات آنل نیز باسخ دهد.

هزیل زاده گفت: با توجه به نقش کلیدی صنعت حمل و نقل در توسعه اقتصادی و نیز نقش بیمه در امنیت اقتصادی، همکاری این دو صنعت در کنار درک مشترک از یکدیگر، قطعاً موجب هم افزایی در ایجاد وظایف آن ها خواهد شد و ادامه داد: شرکت بیمه پاسارگاد با شناسایی دغدغه های مشتریان و ارائه طرح بیمه های فنی بخش بزرگی از دغدغه های آن ها را برطرف کرده است.

شهردار شهرستان بروجرد تحت پوشش بیمه عمر و تأمین آتیه



با تلاش و پیگیری های مردم خوش نظر نماینده کد ۴۲۲۷ در عقد قراردادهای بیمه با شهرداری بروجرد موجب شد تا شهردار این شهرستان تحت پوشش بیمه عمر و تأمین آتیه قرار گیرد. شهردار بروجرد با حضور در بیمه پاسارگاد که با استقبال کوروش بخششده مدیر منطقه ۱۲ و مهدی شیخی نژاد معاون شعبه بروجرد همراه بود، بیمه نامه عمر و تأمین آتیه خود را دریافت نمود. گفتگی است بیمه نامه های درمان گروهی، بیمه های اتوبیل، بیمه های اتو بیل، بیمه عمر و تأمین آتیه گروهی و انفرادی و بیمه های آتش سوزی و مسئولیت شهرداری بروجرد توسط بیمه پاسارگاد صادر شده است.



آغاز فعالیت شعبه دزفول

بیمه پاسارگاد با صدور اولین بیمه نامه فعالیت خود را به طور رسمی در شهر دزفول آغاز کرد. به منظور رفاه حال هموطنان دزفولی شعبه بیمه پاسارگاد در می ویکمین شهر پرجمعیت کشور و مرکز شهرستان دزفول راه اسازی شد. از این پس، کارشناسان بیمه پاسارگاد آماده خدمت رسائی به شهروندان دزفولی می‌باشند. نشانی: دزفول، خیابان رosta، روپویی قرنی، بلاک ۱۳۰ تلفن: ۰۶۱-۴۲۵۳۱۰۵۲-۳.

همکاری بیمه پاسارگاد با پلیس راهور استان یزد

در راستای گسترش ارتباط و خدمات حوزه بیمه با پلیس راهور استان یزد در جهت تعامل مثبت با افسران و حل مشکلات کروکی‌ها و انتقال دیدگاه‌ها، تفاهم نامه ای میان بیمه پاسارگاد با پلیس راهور استان یزد امضاء شد. گفتنی است در راستای این همکاری مشترک تعدادی بستر اطلاع رسانی با موضوع سرعت، عابرین پیاده، رانندگان موتورسیکلت و کلاه اینمی با همکاری بیمه پاسارگاد و پلیس راهور تهیه و در سطح معابر عمومی شهر یزد نصب شد. همچنین کروکی‌هایی هایی جهت حادث رانندگی برای بیمه گذلان به جای رسیده و تعدادی کلاه اینمی نیز همراه با نام و لوگوی بیمه پاسارگاد تهیه و طی مراسمی در اختیار موتورسواران استان یزد قرار گرفت.

قدرتانی نمایندگان از همکاران شعبه گلشهر کرج

جمعی از نمایندگان شهر کرج با حضور در شعبه گلشهر با اهدای لوح تقدیر از خدمات سید افشن صبور رئیس این شعبه تقدیر و تشکر به عمل اوردنده در این دیدار که در آستانه ۱۳ آذر به مناسبت هفته بیمه برگزار شد، نمایندگان از معاون و همکاران شعبه به دلیل وظیفه شناسی و تعامل سازنده با اهدای شاخه‌های گل تقدیر نموده و همدلی و صمیمیت خود را ایاز داشتند.

بوگزاری مراسم تولد پاسارگادی یک نماینده خوش ذوق

سعید و هاب نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آنیه کد ۶۴۳۱۵ با عشق و علاقه مثال زدنی مراسم تولد خود را با تهیه یکیکی که گویای حرف و کسب و کار ایشان است، باحضور جمعی از نمایندگان در تاریخ ۲۵ آذر ماه برگزار کرد.

بنایه گفته نماینده خوش ذوقمان اینکار عمل ایشان در تهیه چنین کیک تولدی نشان از ایاز علاقه بیش از حد وی به شرکت بیمه پاسارگاد است.

قدرتانی فرماندار شهرستان ساری از بیمه پاسارگاد

فرماندار شهرستان ساری از باری رسانی و خدمات بیمه پاسارگاد در جریان وقوع سیل و طوفان ناگهانی در استان مازندران قدردانی کرد. ایشان در لوح تقدیر خود خطاب به حسین زاهدی سپریست منطقه مازندران اورده است. از آن جایی که شرکت‌های معتبر بیمه هر یک عهده دار امنیت روانی و کاهش دغدغه‌های فکری مردم هستند ما بخود وظیفه داشتیم به پایان تلاش‌های بی شایبه و بی وقفه شما در خصوص همراهی و خدمات رسانی به مردم استان از حضر تعالی و همکاران محترم قدردانی کنیم، چرا که تلاش ارزشمند شما در اینه خدمات بیمه در جهت رفاه و آسایش عمومی مردم بدون شک قابل تحسین است.