

# آینه پاسارگاد

مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام برای عملکرد سال ۱۳۹۵

افزایش ۳۲/۷ درصدی حق بیمه تولیدی در سال ۱۳۹۵  
عایدی هر سهم (EPS) شرکت ۲۷۹/۴۰ ریال



هیأت مدیره از همکاران و نمایندگان سخت کوش که با همدلی، همفرکری و همکاری بیمه پاسارگاد را در جایگاه شایسته امروز قرار داده اند، قادر دانی می نماید.

## درسی بیاد ماندنی از دونده‌ای که آخر شد

در سال ۱۹۶۸ مسابقات المپیک در شهر مکزیکو سیتی برگزار شد. در آن سال مسابقه دوی ماراتن یکی از شکفت انگیز ترین مسابقات دو در جهان بود. دوی ماراتن در تمام المپیک‌ها مورد توجه همگان است و مдал طلاش گل سرسبد مدارای المپیک.

این مسابقه به طور مستقیم در هر ۵ قاره جهان پخش می شد.

دونده‌ها تلاش می کردند تا زودتر به خط پایان برسند و بالاخره دونده شماره ... نوار خط پایان را پاره کرد. استادیوم سراپا تشویق شد. اسمی و زمان‌های به دست آمده نفرات برتر از بلندگوها اعلام شد. نفر اول با زمان دو ساعت و ... در همین حال دوندگان دیگر از راه رسیدند و از خط پایان گذشتند. به نظر می رسید که آخرین نفر هم از خط پایان رد شده است.

بلندگوی استادیوم به داوران اعلام می کند که خط پایان را ترک نکنند گزارش رسیده که هنوز یک دونده دیگر باقی مانده. از روی شماره پیراهن او اسم او را می یابند «جان استفن آکواری» است دونده سیاه پوست اهل تانزانیا، که ظاهرآ برایش مشکلی پیش آمده، لنگ می زد و پایش بانداز شده بود. نفس نفس می زد احساس درد در چهره اش نمایان بود لنگ لنگان و آرام می آمد ولی دست بردار نبود. چند لحظه مکث کرد و دوباره راه افتاد. داوران طبق مقررات حق ندارند قبل از عبور نفر آخر از خط پایان محل مسابقه را ترک کنند.

جهانیان از ادرس بزرگی آموختند و آن اصالت حرکت، مستقل از نتیجه بود. او یک لحظه به این فکر نکرد که نفر آخر است. به این فکر نکرد که برای پیشگیری از تحمل نگاه تحریر آمیز دیگران به خاطر آخر بودن میدان را خالی کند. او تصمیم گرفته بود که این مسیر را طی کند، اصالت تصمیم او واستقامتش در اجرای تصمیمش باعث شد تا جهانیان به ارزش جدیدی توجه کنند ارزشی که احترامی تحسین برانگیز به دنبال داشت. فردای مسابقه مشخص شد که جان از همان شروع مسابقه به زمین خورده و به شدت آسیب دیده است.

او در پاسخگویی به سؤال خبرنگاری که پرسیده بود، چرا با آن وضع و در حالی که نفر آخر بودید از ادامه مسابقه منصرف نشدید؟ ابتدا فقط گفت: برای شما قابل درک نیست! و بعد در برابر اصرار خبرنگار ادامه داد: مردم کشورم مرا ۵۰۰۰ مایل تا مکزیکو سیتی نفرستاده اند که فقط مسابقه را شروع کنم، مرا فرستاده اند که آن را به پایان برسانم.

داستان «جان استفن آکواری» از آن پس در میان تمام ورزشکاران سینه به سینه نقل شد.

حالا «آیا یادتان هست که نفر اول برنده مدارای همان مسابقه چه کسی بود؟»

یک اراده قوی بر همه چیز حتی بر زمان غالب می آید.



## اعطای تندیس انجمن حامیان استاندارد و کیفیت به بیمه پاسارگاد



تندیس انجمن حامیان استاندارد و کیفیت در سومین همایش سراسری کیفیت با رویکرد بررسی و تبیین روش‌های دستیابی به خدمات و محصولات درجه یک به شرکت بیمه پاسارگاد اعطا شد. تندیس کیفیت به پاس تعهد به کیفیت در ارائه خدمات شایسته به این شرکت اعطا شده است.

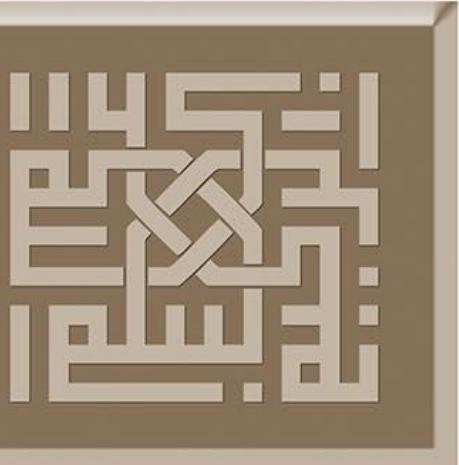
سومین «کنفرانس بین‌المللی کیفیت» به همت انجمن حامیان استاندارد و کیفیت با همکاری و مشارکت اتاق مشترک ایران و فرانسه، با هدف بررسی نقش کیفیت در ارائه محصولات و خدمات، در روز سیزدهم تیرماه ۱۳۹۶ در مرکز همایش‌های صدا و سیمای تهران برگزار شد.

بر اساس گزارش‌های دریافتی، این همایش علمی آموزشی با حمایت سازمان‌ها و نهادهای متولی و مرتبط با حوزه کیفیت، از جمله وزارت صنعت، معدن و تجارت، سازمان غذا و دارو، سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران و اتاق ایران و فرانسه برپا شده است.

گفتنی است در این همایش با پایش تحولات اقتصادی و اجتماعی کشور و با هدف اجرای برنامه‌های مدون جهت افزایش آگاهی جامعه در مصرف محصولات مرغوب، بهبود فضای کسب و کار و توسعه و تحقق اقتصاد دانایی محور، همچنین در راستای طرح تحول و استقرار رویکرد نوین استانداردسازی در سایه بند ۳۰ سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه، با نگرشی جدید به مقوله ارائه کیفیت برتر محصولات و خدمات بنگاه‌های اقتصادی پرداخته شد.

طی این مراسم که با حضور مقامات کشوری برگزار شد، از شرکت‌هایی که در راه رسیدن به کیفیت و ارائه خدمات ارزنده اهتمام ورزیده بودند تجلیل بعمل آمد.

می‌گویند: حرف‌ها هم دست دارند؛ دست‌های بلندی  
که گاهی گلوبی رامی فشارند و نفس می‌گیرند.  
می‌گویند: حرف‌ها هم پارند؛ پاهای بزرگی که گاهی  
جایشان را دروی دلی می‌گذارند و برای همیشه می‌مانند.  
می‌گویند: حرف‌ها هم چشم دارند؛ چشم‌های سیاهی  
که گاهی به چشم‌های دیگران نگاه می‌کنند و آن‌ها را  
در شرمی بیکران فرومی‌برند.



### در این شماره می‌خوانید:

- ۱ اعطای تندیس انجمن حامیان استاندارد و کیفیت به بیمه پاسارگاد
- ۲ برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام برای عملکرد سال ۱۳۹۵
- ۳ تمدید مجوز قبولی اندکایی بیمه پاسارگاد توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران
- ۴ برگزاری اولین همایش علمی تخصصی پژوهشگان معتمد بیمه پاسارگاد
- ۵ چگونه انگیزه پیدا کنیم؟ نکته‌هایی که اراده شما را تقویت می‌کند
- ۶ راهکارهای استمرار فروش بیمه‌های عمر
- ۷ چگونه به طور مؤثر گوش کنیم؟
- ۸ مشاور فروش یا مشاور خرید؟
- ۹ طراحی برنامه و فداداری در شرکت‌های بیمه
- ۱۰ به این دلیل باید بیمه عمر خرید
- ۱۱ تکنیک لنگر در فروش بیمه عمر
- ۱۲ آموزش کام به کام Power Point
- ۱۳ بخوانیم و بیاندیشیم
- ۱۴ در بیچه‌ای رو به شب و نمایندگی‌ها



**بیمه پاسارگاد**

### ماهنتامه بیمه پاسارگاد

مدیر مستول : فرامرز روحانی

مدیر داخلي : عبدالوهاب جاذبي

هیأت تحریریه : خسرو فرشچان، محمد سعید الفتی، مهرنوش نجابتی

مسئول هماهنگی و اجرا : سارا ابراهیمی

تحریریه : حمیده زمانی، ماهرخ السادات راستی

نشانی : تهران، خیابان دکتر فاطمی، نبش هشت بهشت، شماره ۲

تلفن روابط عمومی : ۸۸۹۸۳۵۳۱-۲

### ماهنتامه آینه پاسارگاد، آینه‌ای برای انعکاس دستاوردهای پاسارگادیان

همکاران، نمایندگان، کارگزاران و خوانندگان عزیز ماهنتامه می‌توانند با ارایه مقاله ، تأثیف، گردآوری و آثار ادبی و هنری خود حامی ما در تهیه و تدوین نشریه باشند.

ماهنتامه آینه پاسارگاد در ردیا قبول اثار و مطالب مختار است و مسئولیت مفاهیم مطالب چاپ شده در ماهنتامه بر عهده شخص ارسال کننده می‌باشد. همچنین مطالب فاقد مشخصات و منابع غیرقابل دسترسی قابل درج نمی‌باشند.

علامت‌دان می‌توانند آثار و مقالات خود را از طریق پست الکترونیکی به نشانی

arssl.namayandeh@gmail.com ارسال نمایند.

### در انتظار پیشنهادات و انتقادات شما

همکاران، نمایندگان، کارگزاران و بیمه گذاران محترم می‌توانند نظرات، پیشنهادات و

انتقادات خود را از طریق پایگاه اطلاع رسانی شرکت بیمه پاسارگاد به نشانی

**www.pasgadinsurance.ir**

صندوق پیشنهادات و انتقادات) به اطلاع مدیران ارشد شرکت پرسانند.



## برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام برای عملکرد سال ۱۳۹۵ سود بیمه پاسارگاد به ازای هر سهم ۲۷۹/۴۰ ریال



از ۱۷۴,۰۰۰ نفر ساعت دوره‌های آموزش عمومی و تخصصی برای همکاران و نمایندگان شرکت، انجام مرحله دوم افزایش سرمایه و ثبت سرمایه به میزان ۵۵۱/۵ میلیارد ریال، عملکرد بسیار شفاف بیمه پاسارگاد رضایت سهامداران این شرکت را نشان می‌دهد.

### بیمه عمر و تأمین آئیه

استقبال بسیار خوب آحاد مختلف جامعه از بیمه عمر و تأمین آئیه پاسارگاد در سال مورد گزارش ادامه داشت و از رشد بسیار خوبی برخوردار بود، به نحوی که تعداد ۱۳۳,۰۰۰ ریال بیمه نامه صادره تا پایان سال ۱۳۹۴ به بیش از ۷۲۵,۰۰۰ ریال بیمه نامه صادره تا پایان سال ۱۳۹۵ رسیده است.

### فعالیت‌های سرمایه‌گذاری

حفظ منافع بیمه گذاران، پرهیز از سوداگری در سرمایه‌گذاری‌ها، استفاده مطلوب از ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری درگروه مالی پاسارگاد، کسب سود متعارف با حداقل ریسک ممکن و حفظ منافع سهامداران از اولویت‌های بیمه پاسارگاد در امر سرمایه‌گذاری است که بر اساس آینه شماره ۶۰ شورای عالی بیمه صورت می‌گیرد.

بیمه پاسارگاد در سال ۱۳۹۵ بیش از ۶۴۳ میلیارد ریال خسارت پرداخت کرده که نسبت به سال گذشته ۲۰ درصد افزایش داشته است، آمارهای اشاره شده ضریب خسارت شرکت نیز (بدون احتساب بیمه‌های عمر و تأمین آئیه) در سال ۱۳۹۵ حدود ۷۹/۶ درصد بوده است. این در حالی است که به استناد سالنامه آماری سال ۱۳۹۴ صنعت بیمه که توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران منتشر شده، ضریب خسارت بازار بیمه کشور در سال مذکور برای بیمه‌های غیرزنگی، معادل ۸۱ درصد می‌باشد.

تصویب صورت‌های مالی سال ۱۳۹۵، رشد ۳۲/۷ درصدی پرتفوی و ترکیب همگون آن، ضریب خسارت مناسب، مدیریت آگاهانه بر ترکیب پرتفوی بیمه‌ای شرکت از طریق حضور در بازارهای جدید، بررسی ریسک‌های پیشنهادی و قبول آن‌ها براساس اصول بیمه‌گری و مدیریت ریسک، بازنگری در قراردادهای اتکایی به منظور افزایش ظرفیت نگهداری از یک طرف و رعایت صرفه و صلاح شرکت از طرف دیگر، مدیریت مؤثر بر وجود نقد شرکت به منظور پرداخت به موقع خسارت‌ها و بدھی‌ها، خرید دارایی‌ها و تجهیزات مورد نیاز و انجام سرمایه‌گذاری در بخش‌های سوداگر و درآمدساز، برگزاری بیش

### عملکرد بیمه پاسارگاد در سال مالی ۱۳۹۵

گزارش هیأت مدیره از عملکرد بیمه پاسارگاد نشان می‌دهد، در سال مالی ۱۳۹۵ بیمه پاسارگاد با صدور بیش از ۲ میلیون و ۷۰۰ هزار فقره بیمه نامه و پذیرش ۷۵۷ فقره پیشنهاد قبولی اتکایی، بیش از ۱۱۳,۸۸۱ میلیارد ریال حق بیمه تولید کرد که این رقم نسبت به سال قبل ۳۲/۷ درصد افزایش را نشان می‌دهد. بدین ترتیب سهم بیمه پاسارگاد در بازار بیمه از حدود ۳/۷ درصد در سال ۱۳۹۴ به حدود ۴/۱ درصد در سال ۱۳۹۵ افزایش یافته است.

ترکیب پرتفوی بیمه پاسارگاد، از سهم ۳۰/۱ درصد بیمه‌های اتومبیل، ۶۱/۲ درصد بیمه‌های اشخاص، ۲/۱ درصد بیمه آتش سوزی، ۱ درصد بیمه باربری، ۴/۱ درصد بیمه‌های مسئولیت و ۱/۵ درصد بیمه‌های مهندسی، انرژی و سایر حکایت دارد.

ترکیب پرتفوی بیمه پاسارگاد و مقایسه آن با عملکرد کل بازار بیمه کشور

سهم هر رشته نسبت به تولید مستقیم	رشته‌های بیمه	
	شرکت در سال ۱۳۹۵	بازار در سال ۱۳۹۵
آتش سوزی	۴	۲/۱
بدنه اتومبیل	۵/۳	۳/۸
شخص ثالث و حوادث راننده	۴۳/۲	۲۶/۳
باربری	۰/۷	۱
مهندسي، انرژي و سایر بیمه‌های اموال	۳/۷	۱/۵
مسئولیت	۴/۸	۴/۱
اشخاص	۳۸/۳	۶۱/۲
جمع	۱۰۰	۱۰۰

\* سهم بیمه‌های زندگی در بازار بیمه کشور در سال ۱۳۹۵ که در جدول فوق جزو بیمه‌های اشخاص منظور شده است، حدود ۱۳/۴ درصد می‌باشد، در حالی که این نسبت در تولید بیمه پاسارگاد برای سال مورد گزارش، معادل ۴۸/۳ درصد است.

مجمع عمومی عادی سالانه بیمه پاسارگاد با حضور بیش از ۸۴۲ درصد سهامداران، نمایندگان بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران و سازمان بورس و اوراق بهادار در ساعت ۱۶ روز یکشنبه ۱۸ تیر ماه سال ۱۳۹۶ در دانشگاه خاتم برگزار شد.

بر اساس این گزارش، مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام بیمه پاسارگاد به ریاست آقای مصصوم ضمیری نایب رئیس هیات مدیره برگزار شد؛ آقایان دکتر مسعود صالح آبادی و عباس کفافی به عنوان ناظر و خانم دکتر نعیمیان به عنوان مشاور جلسه، وی را در برگزاری مجمع همراهی کردند و گزارش کاملی از فعالیت‌های شرکت در سال ۱۳۹۵ توسط آقای پیروز باستانی عضو هیأت مدیره و معاون مالی و اداری بیمه پاسارگاد به سمع و نظر سهامداران رسید. گفتنی است، پس از قرائت گزارش بازارس قانونی و حسابرس شرکت صورت‌های مالی سال منتهی به ۳۰ اسفند ماه ۱۳۹۵ می‌باشد.

بیمه پاسارگاد به تأیید حاضرین در جلسه رسید.

### تصویبات مجمع

مجمع عمومی عادی سالانه بیمه پاسارگاد تصویب کرد تا مبلغ ۳۵۷,۲۱۰ میلیون ریال سود تقسیم شود. از دیگر تصویبات مجمع تعیین مؤسسه حسابرسی مختار و همکاران به عنوان بازارس اصلی و مؤسسه حسابرسی آزمون پرداز ایران مشهود به عنوان بازارس علی البدل و انتخاب روزنامه اطلاعات به عنوان روزنامه کثیرالانتشار شرکت بود.

همچنین بر اساس عملکرد سال مالی ۱۳۹۵ و صورت‌های مالی ارایه شده، عایدی هر سهم (EPS) ۲۷۹/۴۰ ریال تعیین شد که مبلغ ۱۴۰ ریال آن به صورت سود نقدی برای هر سهم تخصیص یافت.

(مبالغ به میلیون ریال)

ترکیب سرمایه‌گذاری‌ها در پایان سال ۱۳۹۵						
تفاوت نسبت به سال قبل		سال ۱۳۹۵		سال ۱۳۹۴		شرح
درصد	مبلغ	درصد	مبلغ	درصد	مبلغ	
۶۶/۵	۲,۳۳۶,۹۰	۵۴/۹	۵,۸۴۸,۷۹۰	۵۲/۱	۳,۵۱۲,۱۰۰	سپرده‌های بانکی-ریالی
۳۰/۳	۱۹۳,۲۲۰	۷/۸	۸۳۱,۱۶۲	۹/۵	۳۶۷,۹۴۲	سپرده‌های بانکی-ارزی
۳۴/۳	۲۰۶,۷۷۴	۷/۶	۸۰۹,۰۶۷	۸/۹	۶۰۲,۲۹۳	سهام شرکت‌های بورسی
۳۴/۲	۲۴۷,۹۴۱	۹/۱	۹۷۲,۸۶۸	۱۰/۸	۷۲۴,۹۲۷	سهام شرکت‌های غیربورسی
۷۴/۱	۹۳۳,۵۸۱	۲۰/۶	۲,۱۹۳,۴۸۴	۱۸/۷	۱,۲۵۹,۹۰۳	سایر سرمایه‌گذاری‌ها
۵۸/۲	۳,۹۱۸,۲۰۶	۱۰۰	۱۰,۰۵۵,۳۷۱	۱۰۰	۶,۷۳۷,۱۶۵	جمع



## تمدید مجوز قبولی اتکایی بیمه پاسارگاد توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران



شرکت بیمه پاسارگاد توانست مجوز قبولی اتکایی خود از مؤسسات بیمه داخلی را توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران تمدید نماید.

طبق گزارش‌های دریافتی، بیمه پاسارگاد ضمن دارا بودن شرایط اجرایی آیین نامه اعطای مجوز قبولی اتکایی و همچنین براساس قابلیت‌های فنی، علمی و اجرایی سال‌های گذشته توانست مجوز قبولی اتکایی از مؤسسات بیمه داخلی را برای سال ۱۳۹۶ توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران تمدید نماید.

گفتنی است، با توجه به مصوبه مورخ ۱۳۹۴/۰۶/۰۱ مجمع عمومی فوق العاده صاحبان سهام در خصوص افزایش سرمایه شرکت از مبلغ ۱۳۴ میلیارد ریال به مبلغ ۴۰۸۲۴ میلیارد ریال طی ۲ مرحله اول افزایش سرمایه مذکور برای رسیدن به مبلغ ۴۱/۲ میلیارد ریال در مرحله اول افزایش سرمایه مذکور برای رسیدن به مبلغ ۴۱/۲ میلیارد ریال در شهریور ماه سال ۱۳۹۴ آغاز شد و با تکمیل عملیات مربوطه، در تیر ماه سال ۱۳۹۵ به ثبت رسید و مرحله دوم آن برای رسیدن به مبلغ ۲۵۵/۱۵ میلیارد ریال، در آبان ماه سال ۱۳۹۵ آغاز شد و در خرداد ماه سال ۱۳۹۶ به ثبت رسیده است.

همچنین کسب «سطح مطلوب» یا «سطح یک» توانگری مالی شرکت بیمه پاسارگاد در نوزدهمین سال تدوین فهرست شرکت‌های برتر که توسط سازمان مدیریت صنعتی برای عملکرد سال ۱۳۹۴ شرکت‌های بزرگ ایران صورت گرفت، بیمه پاسارگاد دارا بودن کادر فنی متخصص و مجرب در امور اتکایی بر اساس تأیید صلاحیت تخصصی آن‌ها توسط بیمه مرکزی، موجب شد تا این شرکت بتواند مجوز قبولی اتکایی را دریافت نماید.

شرکت بیمه پاسارگاد در تاریخ پنجم آبان ماه ۱۳۸۶ مجوز قبولی اتکایی از مؤسسات بیمه داخلی را از بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران دریافت و با صدور اولین گواهی قبولی در تاریخ هجدهم آذر ماه ۱۳۸۶ فعالیت خود را در این بخش نیز آغاز کرده و این مجوز همه ساله تمدید شده است.

## برگزاری اولین همایش علمی تخصصی پزشکان معتمد بیمه پاسارگاد



اولین همایش علمی تخصصی پزشکان معتمد در سطح کشور توسط شرکت بیمه پاسارگاد با حضور مدیریت بیمه‌های عمر و تأمین آتبه و جمعی از پزشکان معتمد بیمه پاسارگاد در روز ۲۴ تیرماه در دانشگاه خاتم برگزار شد. در این همایش علمی تخصصی ضمن تلاش در جهت ارتقای سطح دانش بیمه‌ای پزشکان از این عزیزان دعوت شد تا ضمن ایجاد وحدت رویه، هم‌دلی و همیاری را در تمام مراحل بررسی پرونده‌های دریافتی سرلوحه کار خود قرار دهند. بهروز نیرومند راد مدیر بیمه‌های عمر و تأمین آتبه در ایجاد امنیت برای عموم افراد جامعه ارائه داد. در ادامه بحث‌های علمی و تخصصی در خصوص بیماری‌های گوناگون و برخورد بیمه‌ای با آن‌ها توسط دکتر مهرداد اخوان ارائه شد. در پایان مراسم هدایایی به رسم یادبود به پزشکان معتمد شرکت تقدیم شد.



۰. تغییرات و توسعه سیستم‌های موجود (شامل تغییر سیستم وام‌های کارکنان نمایندگان و بیمه‌گذاران عمر و تأمین آتبه):

۰. هماهنگی و تبادل اطلاعات بر خط online با سیستم سنهاب بیمه مرکزی .

بیمه پاسارگاد، بیمه برتر

در نوزدهمین سال تدوین فهرست شرکت‌های برتر که توسط سازمان مدیریت صنعتی برای عملکرد سال ۱۳۹۴ شرکت‌های بزرگ ایران صورت گرفت، بیمه پاسارگاد رتبه ۱۰۲ را کسب نمود. همچنین این شرکت طبق ارزیابی صورت‌های مالی مصوب سال ۱۳۹۴ توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، برای پنجمین سال متوالی موفق به کسب سطح یک توانگری مالی مؤسسات بیمه با نسبت توانگری ۱۱۸ درصد شده است.

گفتنی است بیمه پاسارگاد در دومن همایش سراسری کیفیت بر روکرد نقش کیفیت برتر در کسب رضایت مندی مشتری، موفق به دریافت تندیس انجمن دارندگان نشان استاندارد ایران به پاس تلاش در جهت کسب رضایت مندی مشتریان و کسب سهم بازار مناسب شده است. شرکت بیمه پاسارگاد به پاس تلاش بی شائبه در راستای ایفای تعهدات، اقدامات انسان دوستانه و عملکرد مناسب در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی، موفق به دریافت تقدیرنامه کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با روکرد توسعه و جایزه مسئولیت اجتماعی مدیریت از سوی انجمن مدیریت ایران شده است.

اهداف کمی و رئوس برنامه‌ها در سال ۱۳۹۶

دستیابی به تولید حداقل ۱۴۰ میلیارد ریال حق بیمه در انواع رشته‌های بیمه زندگی و غیر زندگی با تأکید بر طراحی و عرضه محصولات جدید بیمه‌ای و ورود به بازارهای نوین، افزایش طرفیت و ارتقای کیفیت خدمات شعبه‌های فعلی و راه اندازی شعبه‌های جدید مورد نیاز برای رسیدن به حداقل ۸۴ شعبه فعال، اعطای نمایندگی و اجازه فعالیت به حدود ۴۷۰۰ نماینده جدید در تهران و شهرستان‌ها، برگزاری دوره‌های آموزشی برای همکاران، نمایندگان و بازاریابان حداقل به میزان ۱۹۰۰۰ نفر ساعت، ایجاد تنوی بیشتر و افزایش حجم سرمایه گذاری‌های شرکت و خرید دارایی‌های ثابت مورد نیاز حداقل به مبلغ ۵۵۰ میلیارد ریال در جاری‌بود آینه نامه‌های مربوط، انجام اقدامات لازم به منظور طراحی نقشه‌های ساختمان مرکزی شرکت، کسب مجوزهای لازم و انتخاب پیمانکاران مربوطه، همچنین بررسی و طراحی سایت جامع آماری، ارتقاء و یکپاچه سازی سیستم‌های فنی شرکت و توسعه و تکمیل دیتا سنتر (اتاق سرورها) از اهداف کمی و رئوس برنامه‌های شرکت در سال ۱۳۹۶ اعلام شد.

به استناد سالنامه آماری سال ۱۳۹۶ صنعت بیمه که توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران منتشر شده است، بیمه پاسارگاد در نهیمین سال فعالیت خود (۱۳۹۶) در بین ۲۹ شرکت فعال به لحاظ تعداد شعب و نمایندگان عمومی بعده از شرکت‌های بیمه ایران و آسیا، رتبه سوم و به لحاظ تعداد نمایندگان فروش بیمه‌ای عمر، رتبه اول را کسب نموده است.

خدمات شرکت را در ۳۱ استان و ۳۸۰ شهرستان به بیمه‌گذاران ارائه نموده است.

به منظور آموزش نظری و عملی متقاضیان نمایندگی و نمایندگان عمومی و ارتقای دانش فنی آنان، بیش از ۵۳۵۱۰ نفر ساعت آموزش، در سال ۱۳۹۵ ارایه گردیده است. در پایان سال مورد گزارش تعداد ۹۸۸۹ نماینده فروش بیمه عمر در تهران و شهرستان‌ها مشغول فعالیت بوده است.

به استناد سالنامه آماری سال ۱۳۹۶ صنعت بیمه که توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران منتشر شده است، بیمه پاسارگاد در نهیمین سال فعالیت خود (۱۳۹۶) در بین ۲۹ شرکت فعال به لحاظ تعداد شعب و نمایندگان عمومی بعده از شرکت‌های بیمه ایران و آسیا، رتبه سوم و به لحاظ تعداد نمایندگان فروش بیمه‌ای عمر، رتبه اول را کسب نموده است.

خدمات شرکت را در حوزه فناوری اطلاعات ارائه داده است.

هم اقدامات انجام شده در بخش فناوری اطلاعات طی سال ۱۳۹۵ به شرح زیر می‌باشد:

۰. پشتیبانی و نگهداری سیستم‌های موجود؛



اشتبه نکنید یعنی به اندازه‌ی کافی سخت تلاش نکرده‌اید اجازه ندهید که ترس از شکست شما را فلک کند.

#### \* به دنبال یک همراه باشید

بینید بهترین حالت کار کردن شما در تنهایی است یا وقتی با کسی همراه هستید و از بودن با او ایده می‌گیرید؟ اگر به صورت گروهی بهتر کار می‌کنید کسی را پیدا کنید که هدف مشترکی با او دارد و با او هم مسیر شوید.

#### \* زمانی برای استراحت در نظر بگیرید

اگر به صورت بی وقفه در طول روز کار می‌کنید غیرممکن است بتوانید میزان انگیزه و انرژی تان را در تمام مدت بدون تغییر نگه دارید. زمانی که برنامه هفتگی خود را می‌ریزید، مطمئن شوید زمانی را برای دست کشیدن از کار و انجام دادن آنچه به بازیابی انرژی تان منجر می‌شود کنار گذاشته اید.

#### \* از مسائل منفی دوری کنید

اگر دنبال کردن اخبار در طول روز به شما استرس وارد می‌کند، پس تنها عناوین اخبار را تنها یک بار در طول روز بررسی کنید. آیا در دفتر کارتان فردی است که دائماً غریزی زندگی دارد که هدف تان را با آشنایان تان در میان بگذارد، یک راه برای درباره چونگی بخودرود با غزوه‌ها را هم بخواهد سعی کنید منابع انرژی‌های منفی را از معادله زندگی تان خارج کنید، تا انگیزه‌های شما فتفت نکند.

#### \* فهرستی برای سپاسگزاری داشته باشید

به خودتان ایده‌ی کنید که از داشتن کدام آدم‌ها در زندگی تان شاکر هستید. این فهرست رادر محل کارتان قرار بدهید تا یادتان بماند که وقتی به هدف تان برسید چه کسانی به شما اختصار خواهد کرد.

#### \* به داد داشته باشید که هیچ وقت برای شروعی با انگیزه دیر نیست

مردم اغلب آغاز پیگیری اهداف تازه را به سال نیز تغییر فصل ها موقول می‌کنند؛ اما شما می‌توانید هر وقت اراده کنید هدف جدیدتان را لازمو نگاز کنید. اگر یک روز یا یک هفته اوضاع بر وفق مرادتان پیش نرفت، نااید نشوید. در عوض صبح روز بعد بدلار شوید و به خودتان بگویید امروز روز دیگری است، این کاری است که می‌توانم امروز برای تغییر وضعیت ذهنی ام انجام بدهم و بعد از آن روز تان را شروع کنید.

#### \* خوارکی هایی بخوبید که برای مغز مفید است

از میان وعده‌های سرشار از آنکه اکسیدان مانند کلم بروکلی و توت‌های زنگین استفاده کنید تا آنکه همیشه آمده داشته باشد.

#### \* به اندازه کافی آب بنوشید

اگر احساس می‌کنید که شده‌اید و سخت می‌توانید تمرکز کنید شاید دچار کمبوود آب هستید. مانند داشتن خواب خوب و رژیم غذایی سالم، رساندن آب کافی به بدن هم برای کارکرد مغز حیاتی است.

#### \* بخندید

ویدئویی خنده دار بینید یا جوکی برای دوستان تعريف کنید. خنده‌نامه شما را خوش خلق می‌کند و می‌توانید این انرژی را در جهت پیگیری اهداف تان هدایت کنید.

#### \* همین حالا شروع کنید

اگر صحبت‌های انجیزه‌های برای انجام کارتان ندارید و هیچ ترفندی به کارتان نیامده است، فقط شروع کنید. همیشه می‌توانید انجام کار را به روزی که در آن ذهنیت بهتری دارید موقول کنید، اما اینکه همین امروز پایه ای بازسازی اسنان تراست تا این که بخواهید فرداز هیچ شروع کنید.

#### \* از زمان تان خردمندانه استفاده کنید

بیش از این که روز را به پایان ببرید فهرست کارها را برای صبح فردا آماده کنید. به این ترتیب دیگر احساس نمی‌کنید که برای شروع فردا نیاز است کوهی را جایه جا کنید و برای آغاز روز بعد هیجان زده خواهد بود.

#### \* نگاهی به نقل قول هایی بیندازید که به شما انگیزه می‌دهند

اگر در ادامه مسیرتان دارید دچار ناامیدی می‌شوید، به دنبال نقل قول های افرادی بگردید که آن ها را استایش می‌کنید. این نقل قول ها را همراه داشته باشید یا روی میز کارتان بگذارید تا به شما یادآوری کنند که می‌توانید به هر آنچه ذهن تان را روش متوجه کنید دست پیدا کنید.

#### \* به یاد داشته باشید هر روز به هدف تان نزدیک تر می‌شوید

گاهی ممکن است وقف های داشته باشید و این اشکالی ندارد. اگر نیمی از آنچه در فهرست کارهای امروز تان هست راهنمای انجام دهد باز هم قابل ملاحظه ای داشته اید.

#### \* از آپ ها یا گروه های مجازی استفاده کنید

اگر هنوز آمادگی ندارید که هدف تان را با آشنايان تان در میان بگذارید، یک راه برای این که خودتان را اولار به پاسخگویی در مقابل هدف تان کنید استفاده از آپ ها یا گروه هایی است که افراد با هدف مشابه در آن ها گرد هم می‌ایند.

#### \* از شبکه های اجتماعی متناسب فاصله بگیرید

در ابتدای این کار را فقط برای یک یا دو روز انجام بدهید و بررسی کنید که چقدر بازدهی شما افزایش پیدا می‌کند. حفظ تمرکز و قیمت انرژی تان را صرف زیر نظر داشتن کارهای دیگران می‌کنید کار دشواری است.

#### \* کتابی به دست بگیرید

همه دلایل مهمی را که برای رسیدن به هدف تان دارید در یک فهرست بایانیه مأموریت بتوانید. در جایی که جلوی چشم شماست، روی تقویت های اعلان دار با پس زمینه گوشی همراهتان با برای خودتان پیغام بیانیه بگذارید تا فراموش نکنید به سمت چه هدفی در حرکت هستید.

#### \* دلیل آنکه هایهای پخش استفاده کنید

از جانب آپ ها را روی خودتان بتوانید. همین بزمی از قهرمان تان در اتاق کار داشته باشید. نگاهی که از جانب آپ ها روی خودتان احسان می‌کنید کمک می‌کند انگیزه تان را حفظ کنید تا به جایگاه والای آن ها برسید.

#### \* دلیل آغازین طرح ریزی هدفستان را به یاد بیاورید

همه دلایل مهمی را که برای رسیدن به هدف تان دارید در یک فهرست بایانیه مأموریت بتوانید. در جایی که جلوی چشم شماست، روی تقویت های اعلان دار با پس زمینه گوشی همراهتان با برای خودتان پیغام بیانیه بگذارید تا فراموش نکنید به سمت چه هدفی در حرکت هستید.

#### \* دلیل آغازین طرح ریزی هدفستان را به یاد بیاورید

روز تان را با جنبه هیجان انگیز پروره تان آغاز کنید و بعد با پخش هایی ادامه بدید که کمتر شما را جلب می‌کند. همیشه اطمنان پیدا کنید خوده هدفی وجود دارد که شما را برای ادامه ی روز به حرکت در بیاورید.

#### \* افق های دور را بینید

گرفتار شدن در بالاتر جزئیات کار و ضرب الجل ها به سادگی رخ می‌دهد. برای همین لازم است پیش از شروع کار هدف کلی و نهایی خود را در زمان حال تداعی کنید. آن را بتوانید و در جایی بگذارید که هنگام کار آن را می‌بینید. به روشنی و واضح مخصوص کنید که به سوی چه هدفی در حرکت هستید.

#### \* یک کار جذاب، یک کار سخت

روز تان را با جنبه هیجان انگیز پروره تان آغاز کنید و بعد با پخش هایی ادامه بدید که کمتر شما را جلب می‌کند. همیشه اطمنان پیدا کنید خوده هدفی وجود دارد که شما را برای ادامه ی روز به حرکت در بیاورید.

#### \* دلیل آغازین طرح ریزی هدفستان را به یاد بیاورید

لذت بخش انجام خواهید داد و قیمت سخت ترین کار فهرست تان را عملی کردید کاری به خودتان قول بدهید هر وقت سخت ترین کار فهرست تان را عملی کردید کاری که بشوید، می‌توانید از شتابی که گرفته اید برای عبور از مرحله بعد استفاده کنید.

#### \* جنب و جوش داشته باشید

دو ساختمان بدوید، حرکت پروانه بروید یا در دفتر کارتان بالا نزنید؛ هر کاری که خون را در بدن تان به جریان بیندازد و ذهن تان را آزاد کند. مواد اندروفینی که با این روش هادرین آزاد می‌شوند چشم اندازه ای به شمامی دهنده و ذهن را شلزی می‌کنند.

#### \* مجموعه ای از آنچه های انرژی پخش تهیه کنید

آنچه های مورد علاقه تان را یکجا جمع کنید و قبل از آغاز کار یا هر وقت که انرژی تان افت می‌کند به آن ها گوش بدهید.

#### \* کارهای تان را پخش بندی کنید

به جای یک پروره عظیم، هدف تان را به صورت تقسیم شده در گام های متعدد تجسم کنید. به این شکل می‌توانید پس از تکمیل هر گام آن را تیک بزنید و به مرحله بعدی حرکت کنید.

#### \* از مانسنج استفاده کنید

اگر می‌بینید دچار رکود شده اید طوری عمل کنید که انگار می‌خواهید مسابقه دو سرعت خلاص شدن از انرژی های تهی کننده و منفی این است که با آن ها مستقیماً تنها راه خلاص شدن از انرژی های تهی کننده و منفی این است که درین نیامده است، روبره رو شود. همه ترس هایی که درباره هدف تان دارید را بتوانید همه آنچه گمان می‌کنید می‌تواند اشتباه از آب در بیاید.

در محل کار یا فضاهایی حرفه ای دیگر، خود را در دسترس افراد تازه کار یا تازه وارد را قرار بدهید. کمک به دیگران برای رسیدن به اهداف شان و دیدن تلاش فراوان آن ها برای رسیدن به هدف تازه کار را با خانه بنشید که از ویژگی مشترک افزایش تمرکز تان برخوردارند.

#### \* نقش مربی را بر عهده بگیرید

مشلاهای خنک یا نزدیکی به نور طبیعی، همه فضاهایی که در اختیارتان است را امتحان کنید تا گزینه هایی پیشتری به خودتان داده باشید.

#### \* فضاهای جدید را برای نشستن در محل کار امتحان کنید

اگر آدم سحرخیزی نیستید ساعت ۹ صبح، جنگیدن برای هدف تان را شروع نکنید. شاید فضایی در محل کار با خانه بنشید که از ویژگی مشترک افزایش تمرکز تان برخوردارند. اینچه تان را حفظ کنید.

#### \* نمایی کلی داشته باشید

مراحل اصلی را در مسیر رسیدن به هدف نهایی در ذهن داشته باشید. زمانی که هر یک از این مراحل را پشت سر می‌گذارید فراموش نکنید که کارتان را جشن بگیرید. قدردان راهی که آمده اید باشید تا انگیزه ادامه مسیر را به دست بیاورید.

#### \* یک فضای کاری مولد ایجاد کنید

اگر از محلی که قرار است در آن جا روی هدف تان کار کنید خوشتن نمی‌آید برای شروع کردن کارتان انگیزه پیدا نخواهد کرد. فضای کاری تان را به محلی تبدیل کنید که برای رفتن به آن هیجان زده اید و از پون در آن لذت می‌برید.

#### \* با ترس های تان رویه رو شوید

تنها راه خلاص شدن از انرژی های تهی کننده و منفی این است که با آن ها مستقیماً روبره رو شود. همه ترس هایی که درباره هدف تان دارید را بتوانید همه آنچه گمان می‌کنید می‌تواند اشتباه از آب در بیاید.



روش‌های مختلف جمع آوری نظرات مشتریان و خریداران می‌توانند نقش مؤثری را در استمرار فروش بیمه‌های عمر داشته باشند.

**ارائه اطلاعات صحیح به مشتری در زمان خرید:** یکی از راهکارهای استمرار خرید و عدم بازخرید نامه‌های عمر

متأسفانه یکی از دلایل عدم بازخرید بیمه نامه‌های عمر عدم ارائه اطلاعات دقیق، صحیح و جامع به بیمه گذاران و خریداران بیمه‌های عمر در زمان خرید این محصول می‌باشد که یا به دلیل عدم آموزش صحیح بازاریابان و فروشنده‌گان این بیمه نامه‌ها روی می‌دهد و یا نویع آموزش آن ها بخوبی بوده که بدون اعتقاد به نوع محصول صرفاً هدف‌شان فروش و دریافت کارمزد بوده است. یکی از عواملی که در این نوشته به مسئولین آموزش بیمه‌های عمر تأکید می‌گردد که شاید در هیچ نوشته دیگری به آن اشاره شده باشد این است که به بازاریابان و شبکه فروشن خود علاوه بر آموزش مزایای بیمه‌های عمر در مقامه با موارد مشابه همچون بانک و تأمین اجتماعی قطعاً معایب و کاستی‌های آن را نیز به ایشان بیاموزیم.

**تجارت الکترونیک راهکار استمرار فروش بیمه‌های عمر در دهه‌های آینده**

در این بین فروش بیمه‌های عمر به عنوان پرچمدار نوین صنعت بیمه نقش عمده‌ای را خواهد داشت و هر یک از شرکت‌های بیمه که تواند با ایفای نقشی IT محور این مهم را به سرانجام برساند قطعاً جزئی بسیار تأثیرگذار در آینده این صنعت خواهند بود. پیشنهاد نویسنده ایجاد تیم تجارت IT در شرکت‌های بیمه با شرکت مدیریت‌های IT، عمر، بازاریابی و طرح و توسعه با محوریت استفاده از نرم افزار ترکیبی جامع CRM و Dيد ERP محور (ساختارهای زنجیره‌ای پشتیبانی و زنجیره تأمین، بازاریابی و فروش، نیروی انسانی و مدیریت‌های فنی) می‌باشد. در این فرآیند علاوه بر این که تمامی فرآیندهای مارکتینگ اعم از بازاریابی، بازارسنجی، بازارگردی، بازاریابی و تأمین فرآیندهای ارتباط با مشتری از طریق IT صورت پذیرفته و در کمترین زمان صورت می‌پذیرد مشتریان با استفاده از امیازاتی که در باشگاه مشتریان کسب می‌کنند و با استفاده از مزایای خرید بیمه‌نامه‌های عمر را نیز فراهم نماید.

**مراکز تخصصی بیمه‌های عمر یکی از عمدۀ ترین راهکارهای استمرار فروش در شهرستانها**

عدم‌تر را قابل باشکوهی این رهبر بازار در صنعت بیمه با توجه به فرآیند که از اغاز دهه ۸۰ خورشیدی و همراه با آغاز به کل شرکت‌های بیمه خصوصی حادث گردیده با روش‌های عادی بازاریابی و فروش عمل‌غیرمکمن می‌باشد اما راهکار مؤثری که در این ارتباط به عنوان یک راه حل آزمایش شده و اجرایی در برخی شرکت‌های بیمه باعث استمرار فرآیند فروش بیمه‌نامه‌های عمر گردیده است تشکیل مراکز تخصصی فروش بیمه‌نامه‌های عمر می‌باشد. این روش که برگرفته از روش بازاریابی شرکت فولکس واگن می‌باشد شرکت‌های کوچک نیز می‌تواند اول‌به‌جای راقی باشد اما راهکار مؤثری که در بیمه دولتی و شرکت‌های بزرگ در رشته عمر در شهرهای کلیدی و استان‌های بزرگ با هزینه کمتر در استان‌های کوچک با تشکیل مراکز تخصصی رشته عمر در این شهرها نسبت به راقیت با بزرگان بازار بیمه اقدام نمایند و سهم بازار در این استان‌ها را جذب کنند و ثانیاً در فضای خالی تاره فعال شده رشته‌های عمر که هنوز شرکت‌های بزرگ در آن‌ها وارد پیدا نکرده‌اند با الگو برداری از شرکت‌های موفق بیمه‌ای نفوذ نمایند.

**گجت‌ها: یکی از عمدۀ ترین دلایل و راهکارهای استمرار فروش بازاریابان و فروشنده‌گان حرفة‌ای صنعت بیمه**

در تعریف گجت‌ها داریم: گجت‌ها ابزاری هستند که سرعت و دقت انجام یک کار را راه‌های اتصال‌ها و یا هزاران بایر ارتقاء می‌دهند. برای مثال ما آچار فرانسه را در تعمیرگاه، این قفلی را در لوله کشی و ماشین حساب را در حسابتاری گجت معرفی می‌کنیم. برای استمرار و افزایش توانایی فروش در بازاریابی بیمه‌های عمر نیازمند گجت‌هایی هستیم که در چارچوب افزایش توانمندی‌های ضلع فروشنده مثبت فروش سیار مؤثرنده که اشاره به تمامی آن‌ها نیازمند ده‌ها صفحه توضیحات است اما در اینجا به تعادل از مهم ترین صرفاً هدف‌شان فروش و دریافت کارمزد بوده است. یکی از عواملی که در این نوشته به مسئولین آموزش بیمه‌های عمر تأکید می‌گردد که شاید در هیچ نوشته دیگری به آن اشاره شده باشد این است که به بازاریابان و شبکه فروشن خود علاوه بر آموزش مزایای بیمه‌های عمر در مقامه با موارد مشابه همچون بانک و تأمین اجتماعی قطعاً معایب و کاستی‌های آن را نیز به ایشان بیاموزیم.

**تجارت الکترونیک راهکار استمرار فروش بیمه‌های عمر در دهه‌های آینده**

در این بین فروش بیمه‌های عمر به عنوان پرچمدار نوین صنعت بیمه نقش عمده‌ای را خواهد داشت و هر یک از شرکت‌های بیمه که تواند با ایفای نقشی IT محور این مهم را به سرانجام برساند قطعاً جزئی بسیار تأثیرگذار در آینده این صنعت خواهند بود. پیشنهاد نویسنده ایجاد تیم تجارت IT در شرکت‌های بیمه با شرکت مدیریت‌های IT، عمر، بازاریابی و طرح و توسعه با محوریت استفاده از نرم افزار ترکیبی جامع CRM و Dيد ERP محور (ساختارهای زنجیره‌ای پشتیبانی و زنجیره تأمین، بازاریابی و فروش، نیروی انسانی و مدیریت‌های فنی) می‌باشد. در این فرآیند علاوه بر این که تمامی فرآیندهای مارکتینگ اعم از بازاریابی، بازارسنجی، بازارگردی، بازاریابی و تأمین فرآیندهای ارتباط با مشتری از طریق IT صورت پذیرفته و در کمترین زمان صورت می‌پذیرد مشتریان با استفاده از امیازاتی که در باشگاه مشتریان کسب می‌کنند و با استفاده از مزایای خرید بیمه‌نامه‌های عمر را نیز فراهم نماید.

**مراکز تخصصی بیمه‌های عمر یکی از عمدۀ ترین راهکارهای استمرار فروش در شهرستانها**

عدم‌تر را قابل باشکوهی این رهبر بازار در صنعت بیمه با توجه به فرآیند که از اغاز دهه ۸۰ خورشیدی و همراه با آغاز به کل شرکت‌های بیمه خصوصی حادث گردیده با روش‌های عادی بازاریابی و فروش عمل‌غیرمکمن می‌باشد اما راهکار مؤثری که در این ارتباط به عنوان یک راه حل آزمایش شده و اجرایی در برخی شرکت‌های بیمه باعث استمرار فرآیند فروش بیمه‌نامه‌های عمر گردیده است تشکیل مراکز تخصصی CRM و ERP هم می‌تواند به عنوان یکی از نیزگی داشته باشد. ۴- فن بیان: استفاده از فن بیان و بیش از یک دهه از تجربه من در نقش یک فروشنده بیمه‌نامه‌های مختلف به من تاثیرگذار کرد که شناخت مردم کشور ماز مخصوصات بیمه‌ای بسیار گردند. سرعت بالای ارائه و جمله عالمی و بسیار معروفی هست با این عنوان: مشتری فروشنده را می‌پسند نه محصول را. جمله عالمی و بسیار معروفی هست با این عنوان: مشتری فروشنده را می‌پسند نه محصول را.

**نقش روابط عمومی و تبلیغات شرکت‌های بیمه در استمرار فروش بیمه‌های عمر و استمرار فرآیند فروش بیمه‌نامه‌های عمر گردیده**

استمرار فرآیند فروش بیمه‌نامه‌های عمر گردیده است تشکیل مراکز تخصصی فروش بیمه‌نامه‌های عمر می‌باشد. این روش که برگرفته از روش بازاریابی شرکت فولکس واگن می‌باشد شرکت‌های کوچک نیز می‌توانند اول‌به‌جای راقی باشد اما راهکار مؤثری که در بیمه دولتی و شرکت‌های بزرگ در رشته عمر در شهرهای کلیدی و استان‌های بزرگ با هزینه کمتر در استان‌های کوچک با تشکیل مراکز تخصصی رشته عمر در این شهرها نسبت به راقیت با بزرگان بازار بیمه اقدام نمایند و سهم بازار در این استان‌ها را جذب کنند و ثانیاً در فضای خالی تاره فعال شده رشته‌های عمر که هنوز شرکت‌های دیداری، شنیداری، تبلیغی و همچنین برگزاری سمنیارهای تخصصی در این زمینه و نیز نفوذ نمایند.

## راهکارهای استمرار فروش بیمه‌های عمر

گردآورندۀ علی‌جنگی

۲۰۲۶ نماینده کد

آنلاین مشتری و داشتن نقش یک مشاور در زمان فروش محصول

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های ادامه استمرار فروش بیمه‌های عمر در سراسر کشور

برخورد غیر‌حرقه‌ای فروشنده بازاریابان فروش این بیمه نامه است.

در این زمینه یک مثال عینی را عنوان می‌کنم: مدتی پیش برای تعویض باطری

atomobile به یک باطری ساز مراجعت کردم به دلیل عجله‌ای که داشتم به هیچ عنوان

قصد این که بخواهم مشتری را برای خرید بیمه عمر تغییر کنم نداشتیم (عموماً به

عنوان یک بازاریابی بیمه در همه موارد چه به عنوان خریدار و یا فروشنده و یا

برخوردهای اجتماعی تلاش می‌کنم تا با استفاده از گجت دوستی و رفاقت نسبت به

فروش بیمه نامه عمر به طرف مقابله اقدام کنم) اما باطری ساز زمانی که داشت برق

پشت آن پیشینه یکی از محبوبیت‌گذار تبلیغاتی که رو

داده شد و توجه به دستمال کرد که شما هم بیمه‌ای هستی؟

زمانی که با پاسخ مثبت من مواجه شد پرسید راستی این بیمه عمر رو باید از کدوم

شرکت بیمه خریداری کنم و زمانی که پاسخش رو با سؤوال طیور مگه دادم، گفت:

راستش چندین وقتی که تصمیم گرفتم به دلیل این که بیمه تأمین اجتماعی ندارم

نسبت به خرید بیمه عمر اقدام کنم که تابه حال توسط حداقل پنج نفر از بازاریابان

بیمه‌ای عمر به قویی پرزنست شدم اما طوری با من رفتار کردند که فکر می‌کنم

فقط تصمیم دارند مثل این فروشنده‌های دوره گرد چیزی رو به من قالب کنند،

کلام روم بروند و خدا حافظ، طوری که کم کم از خرید بیمه عمر پشمیون

می‌شم، به یکباره تمام بی خوبیه گردی و نگرانیم در ارتباط با سیستم بر قوی می‌کنم

شدو خودش رو به چالش جدید چگونگی جلب اعتماد از مردم رفتار کردند که از

روش دیوید زین مدیر بازاریابی کوکولا دیدم که در کتاب پایان عصر بازاریابی سنتی

عنوان کردۀ بود در اولین مرحله برای جلب اعتماد مشتری می‌باشد خودتمن رو به

جای او بگذرد، همین کار رو کردم و به ایشان گفتم که در اولین مرحله باید بینی که

ایا این بیمه نامه به درد شما می‌خورد و تعزیز ساده ای از بیمه عمر برآش کردم و

سؤال و مجدد تکرار کردم آیا این بیمه نامه با این تعریف به درد شما می‌خورد؟ در

پاسخ گفت: هیچ یک از کسانی که تابه حال قصد فروش این بیمه نامه رو به

داشتند این سؤال را از نیز بپرسیدند و بعد از کمی فکر کردند پاسخ داد: آره و حالا باید

چکار کنم؟ در پاسخ گفتم در دوین مرحله باید شرایط اقتصادی درآمدی و خلوادگی ات

رو برام بگی تا بینم چه نوع بیمه نامه عمر و با چه پوششی رو با خریداری کنم و

وقتی شرایط رو گفت بهترین پوششی رو که می‌توانست در اختیار قرار بدم رو بهش

معرفی کردم. به عنوان یک بازاریاب تنها محصولی را می‌فروشم که به آن اعتقاد دارم.

این جمله کاتر راه‌گز به عنوان یک بازاریابی سنتی که با هم‌زمانی گفتم که با هم‌زمانی

پنداری که با اون داشتم بهترین پیشنهاد خرید رو بهش ارائه کردم به من گفت که به

نظرت باشد از کدوم شرکت بیمه نامه رو خریداری کنم و من در پاسخ تنها یک جمله

گفتم: «از جایی که حتی با سود کمتر بیمه نامه معتبرتری رو خریداری کنم»

تا اینجا بحث به هیچ عنوان حتی در فکر این بسودم که باید از شرکتی که من

بازاریاب هستم خریداری کند، بلکه به این فکر می‌کرم که بهترین محصول را به او

معرفی کنم نتیجه نهایی این که خیلی صداقت‌های به من گفت: «از جایی که تو هستی

ماه‌نامه بیمه پاسارکاد شماره ۷۷ تیر ۱۳۹۶



## چگونه به طور مؤثر گوش کنیم؟

### چه بگوییم، چه نگوییم

در گفت و گو با مشتری از این باید ها و نباید ها پیروی کنیم:  
نگوییم: شرکت تعطیل است نمی توام کم کنم.  
بگوییم: فردا صبح که همکاران بیانند کار شما را انجام می دهیم.  
نگوییم: من نمی توام کاری بکنم. رئیس باید دستور دهد.  
بگوییم: دستور رئیس مورد نیاز است، الان موافقت او را می گیرم.  
نگوییم: نمی دانم چه کسی باید این کار را انجام دهد، به من مربوط نیست.  
بگوییم: الان کسی را که باید این کار را انجام دهد پیدا می کنم با او صحبت کنید.  
نگوییم: تدارک تان تکمیل نشود از خسارت خبری نیست.  
بگوییم: مدارک تان را بفرستید خسارت تقدیم می شود.

### چند توصیه کوتاه در مکالمات تلفنی با مشتری

- \* سعی کنیم با اولین زنگ گوشی را برداریم. زمان انتظار تلفن را کاهش دهیم.
- \* پاسخ مشتری را کوتاه، مثبت و مفید ارائه دهیم.
- \* در صورت عدم اطلاع کافی در پاسخگویی به مشتری، او را به همکار مطلع ارتباط دهید و یا شماره تلفن او را گرفته و پس از کسب اطلاع با او تماس بگیرید.
- \* تا سرحد امکان برای ادای توضیحات بیشتر مشتری را به بازدید از شعبه ترغیب کنیم.
- \* می گویند وقتی پشت تلفن لبخند بزنید احساس شما در آن سوی تلفن دریافت می شود.

### قسمت پایانی

مختلف، ممکن است تأثیر این قبیل اعمال بر روی شما خشی باشد ولی موجب حواس پرتی سایر شنوندگان با آزار و اذیت سخنران شوند.  
ب- زیاد نگاه کردن به ساعت.  
پ- خواندن روزنامه، رقم نوشتن در دسته چک، جایجا کردن اقلام موجود در کیف یا سایر رفاهایی که موجب منحرف شدن حواس از گوینده می شود.  
ت- غرور و نخوت، خودبزرگ بینی یا ابارزی علاقه‌گی به گوینده و صحبت وی.  
ث- رد و بدل کردن یادداشت و نوشته با سایر شنوندگان.  
خلاصه اینکه باید از هرگونه ادا و اطوار یا رفاهایی که حواس شما و سایرین را از گوینده و صحبت های وی منحرف می کنند اجتناب کنید.

### عضلات شنوازی خود را تمرین دهید

گوش کردن مستلزم تمرین است. درست همانطور که یک ورزشکار یا یک نوازنه باید بطور منظم تمرین داشته باشد، شما نیز باید بطور مستمر تمرین کنید تا بتوانید شنونده خوبی باشید. تکنیک ها و روش های اشاره شده در این مبحث را تمرین کنید. هر چند صرف تمرین کردن به این معنی نیست که حتما در کاری مهارت کامل پیدا می کنید، اما به قول پالیلوس سایرس «تمرین بهترین معلم است». فرار گرفتن در برابر مطالب دشوار و موقعیت های سخت گوش کردن، می تواند توانایی شما را افزایش دهد و عضلات گوش شما را تقویت کند. در همین مورد پلواتارک می گوید که: با گذشت زمان تمرین به طبیعت دوم تبدیل می شود.

### از قانون طلایی تبعیت کنید

همان طور بادیگران برخورد کنید که انتظار دارید با شما بخورد کنند مهم ترین نکته در کلیه ارتباطات «دیگر-راهبری» آن هاست. مواردی پیش می آید که هدف، تمرکز بر نکات اصلی و مهم نیست و باید به اینده های جانبی و فرعی گوش کرد، گاهی اوقات تأخیر در قضاوت چایز نیست و باید بالا فاصله اقدام کرد. اما قانون طلایی هرگز استثناء ندارد. شنونده خوب همیشه دیگر-راهبر است. به عبارت دیگر، یک شنونده خوب همیشه بر طرف مقابل تمرکز دارد. طوری به صحبت دیگران گوش کنید که دوست دارید به صحبت شما گوش کنند. دوست دارم دیگران چگونه به حرف من گوش کنند؟ پاسخ این سوال شیوه ای است که باید خودتان به صحبت دیگران گوش کنید. «شنونده خوب نه تنها در همه جا محبوبیت دارد، بلکه چیزهای زیادی نیز یاد می گیرد».

### «ویلسون ماینز»



## مشاور فروش یا مشاور خرید؟

عنی در ذهن مشتری این تفکر ایجاد شود که من فروشنده در کنار شما هستم و بر مبنای نیاز و قدرت خرید شما به شما کمک می کنم که بهترین نوع خرید را بر مبنای وسع اقتصادی تان انجام دهید. این امر، چیزی است که شاید بسیاری از مشاوران فروش یا اطلاع درستی از آن ندانند و یا اگر هم دارند به آن اهمیت نمی دهند.

در زمینه فروش انواع بیمه نیز شایسته است که یک نماینده بیمه علاوه بر این که مشاور فروش باشد، به عنوان مشاور خرید در کنار و همراه با مشتری باشد. پرسشی که ممکن است در ذهن شما ایجاد شود این است که مشاور خرید بودن چه مزیت هایی دارد؟

وقتی به عنوان یک مشاور خرید عمل کنیم، این ذهنیت را در مشتری ایجاد می کنیم که من در کنار شما هستم و تمامی شرایط شما را در می کنم و دوست دارم که شما بهترین نوع انتخاب را داشته باشید و این امر، باعث ایجاد ذهنیت مثبت و حسن خوب در طرف مقابل خواهد شد. همچنین وقتی در مراحل خریدگام به گام مشتری را همراهی کنیم، به صورت غیرمستقیم این دیدگاه را انتقال می دهیم که ما بسر میز مذاکره نشسته ایم که هر کس خواسته های خود را مطرح کند و تنها به فکر منافع خویش باشد. بلکه، من اینجا حضور دارم که با دانش و اطلاعاتی که در اختیار دارم در ابتدا، به شما آگاهی دهم و سپس در خرید و انتخاب باری رسانم.

بنابراین، چه خوب است به عنوان یک فرد حرفة ای که در صنعت بیمه فعالیت می کند علاوه بر اینکه مشاور فروش باشیم، یک مشاور خرید که همگام و همراه با مشتری قدم بر می دارد باشیم تا بتوانیم با گام هایی اصولی کمکی در جهت فرهنگ سازی درست این صنعت در کشور داشته باشیم.



گردآورنده: وجیهه اصغری  
نماینده بیمه عمر و تأمین آئیه کد ۶۲۴۴۳

مشاور و نماینده فروش انواع بیمه نامه، مشاور و نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آئیه... این جملات کوتاه، جملاتی هستند که روی کارت های ویزیت و یا انواع تبلیغات نماینده‌گان رسمی شرکت بیمه وجود دارند. ولی، آیا تابه حال به معنا و عمق واژه های این جملات دقت کرده ایم؟ «مشاور و نماینده فروش» واژه فروش که در این جمله کوتاه وجود دارد، ذهن هر یک از ما را به چه سمتی سوق می دهد؟ چه چیزی در ذهن ما تداعی می شود؟

بگذرید از یک نمونه کاملاً ساده که روزانه و در طول زندگی روزمره با آن رویرو می شویم شروع کنم. در نظر بگیرید برای خرید کالا و یا بررسی قیمت آن وارد مغازه یا فروشگاهی می شوید، سلامی با فروشنده یا فروشنده‌گان می کنید یا نمی کنید.

حال فرض کنید که فروشگاه پوشک باشد. فروشنده به سمت شما می آید و از شما سؤال می کند چه چیزی می خواهید و یا چه کمکی به شما می تواند بکند؟ شما پاسخ می دهید و شاید دراین بین از لیاسی هم خوش تان آمده است و قیمت آن را می پرسید. با یک حساب سرانگشتی اجمالی در ذهن تان می بینید که نه، وضعیت اقتصادی این ماه اجازه نمی دهد که این لباس را بخرید، از طرفی هم دوست دارید آن را بخرید.

اینجاست که یک فروشنده حرffe ای می تواند به شما کمک کند. فکر می کنید که به چه صورت می تواند این کار را انجام دهد؟ بله، درست حدس زده اید با سؤالاتی که از شما می پرسد. ولی، نکته ای که اینجا پیش می آید آن است که این سؤالات چگونه می تواند ما را به سمت خرید سوق دهد؟ این سؤالات بهتر است به گونه‌ای باشند که فرد را از نقش یک مشاور فروش به سمت یک مشاور خرید هدایت کنند.

گردآورنده: علیپوش ایلخانی

۲۰۹۳  
نماینده کد

\* با جسم خود گوش کنید

کردن صرفًا به معنی شنیدن نیست. همچنین دریافت که داشتن

تماس چشمی و بادداشت برداری شما را از موضع انفعالی خارج می کند.

برای کمک به گوش کردن راه های فیزیکی دیگری نیز وجود دارد.

\* چطور می توان جسمًا در گیر گوش کردن شد؟

الف- راست بنشینید. سعی کنید راحت باشید. درست نشستن موجب بهتر

نفس کشیدن و هشیار ماندن می شود. در عین حال، درست نشستن

احساس مثبتی را به گوینده القاء می کند.

ب- گوینده را دنبال کنید. اگر او در حال حرکت است با حرکت سر و

چشم، او را دنبال کنید و اگر لازم شد سر برگردانید یا روی صندلی به عقب

بچرخید تا تماس چشمی شما قطع نشود. این کار همچنین موجب می شود

که هشیار بمانید.

پ- قیافه شما نباید خشک و بی روح باشد. حالات چهره و بالا و پایین

کردن یا به چپ و راست حرکت دادن سر به گوینده بازخورد مثبت می دهد.

ت- از دست های خود نه تنها برای بادداشت برداری، بلکه برای تشویق و

دست زدن استفاده کنید.

ث- اگر سخنران مخاطبان را به مشارکت طلبید، داوطلب شوید. سؤال

پرسید و زمانی که سؤال مطرح می شود برای پاسخ گفتن دست بلند

کنید. شنونده ای فعال باشید.

ج- لبخند بزنید.

\* از ادا و اطوارهای منفی اجتناب کنید

همه ما ادا و اطوارهای خاص خود داریم. اگر این ادا و اطوارها موجب بروز

عکس العمل های منفی شنوند جای نگرانی نیست و اگر مثبت و تشویق کننده

هستند یا موجب بروز واکنش مثبت می شوند، به یاد داشته باشید که

مرتب از آن ها استفاده کنید. متأسفانه، برخی از ادا و اطوارها منفی هستند

و باید از آن ها اجتناب کرد چرا که موجب حواس پرتی گوینده و سایر

شنونده ای شوند. اگر حضور شما موجب حواس پرتی دیگران شود به

تدریج محبوبیت خود را از دست می دهد. علاوه بر این، ادا و اطوارهای

منفی اغلب موجب اتفاق اتریزی می شوند، اتریزی بجای گوش کردن، صرف

کارهای دیگر می شود.

\* ادا و اطوارهای منفی که باید از آن ها اجتناب کرد

الف- این پا و آن پا کردن، با خودکار و رفتن یا بازی کردن با اشیای

منابع- اسمیت، «مدیریت بر خود» ترجمه حافظ کمال هدایت، انتشارات فرا، ۱۳۸۳-حقیقی، محمدعلی میرسیاسی، «تکنولوژی و مهندسی فکر»، انتشارات فراروان، ۱۳۸۲-کلاین، جان ای، «گوش کردن اثربخش»، ترجمه سعید علیمیزایی، انتشارات سارگل، ۱۳۸۴- بلاچار، کن، «مدیریت بر قاب ها» ترجمه دکتر عبدالرضا رضایی نژاد، انتشارات فرا، ۱۳۸۳

BATRA, PROMOD, BTRA, VIJAY «management Thoughts for the family», think, New Delhi, 2002  
A.Heifetz, Ronald, linsky, Martin, «leading with an open heart», leader to leader, No.26 Fall 2002



## ۲- تمرکز بر صفات برای بهبود تجربه مشتریان از شرکت

بیمه محصولی کم مشارکت است. بیمه شوندگان تعامل چندانی با بیمه‌گذاران خود ندارند و حق بیمه‌های خود را به صورت سالانه، از راه دور به حساب شرکت واریز می‌کنند. بنابراین تجربه مشتریان در این مراجعت‌کم، باید در حد کمال و عالی باشد. شما، به عنوان یک شرکت بیمه‌گر باید با صفات کامل با مشتریان خود برخورد کنید و مشاوری امین و بی‌طرف برای آن‌ها باید.

## ۳- پیشنهاد پاداش‌هایی برای وابستگی به برنده برای افزایش تعامل با مشتریان و ایجاد مشارکت حدکثی در آن‌ها

شرکت‌های بیمه برای ارائه پاداش‌های مطلوب تر به مشتریان خود، علاوه بر خدماتی که خودشان ارائه می‌دهند باید با شرکت‌های فعلی در صنایع دیگر نیز همکاری داشته باشند و برخی از پاداش‌های خود را از طریق آن‌ها به مشتریان خود هدیه بدهند. همکاری با تعمیرگاه‌های مجاز و حرفه‌ای، پمپ بنزین‌های معترض و حتی ادارات آب و برق، می‌تواند به شرکت‌های بیمه در وابسته تر کردن مشتریان به خود، کم کننده باشد.

## ۴- ترکیب تکنولوژی با پاداش برای ساده کردن تجربه مشتریان

استفاده از خدمات بیمه‌ای را برای بیمه شوندگان خود راحت کنید. از خدمات آنلاین بیشتر استفاده کنید و مشتریان خود را به این سمت روان کنید. خدمات آنلاین و موبایلی، تعامل و مشارکت مشتریان با شرکت شما را بیشتر از قبل خواهد کرد. استفاده از نسخه موبایلی در خرید، تمدید، صدور بیمه‌نامه و صورت حساب و همچنین اطلاع از امیازها و پاداش‌های آتی، بل ارتباطی خوبی می‌باشد.

در آخر این‌که، بازاریابان و فاداری باید به حداقل نمودن ارزش درک شده مشتریان و تجربه آن‌ها از شرکت‌های بیمه توجه ویژه‌ای داشته باشند و استفاده از صفات، پاداش‌های مقطعي و پلکانی و نرم افزارهای موبایلی را در صدر فعالیت‌های وفاداری خود قرار دهند.

منبع: برگرفته از نشریه اقتصادی داد و ستد - شماره هشتم

شرکت‌های بیمه‌ای باید با به کارگیری و ثبت نام خودکار مشتریان خود در برنامه‌های پاداش به بهبود ارزش ادارک شده و تجربه مشتریان خود از همان شروع کار، کمک کنند. پاداش‌های برای مشتریان در شرکت‌های بیمه‌ای باید به صورت مقطعي افزایش پیدا کنند. یعنی به صورت پلکانی و رده به رده بیشتر و بهتر شوند. با این روش مشتریان نیز فرصت پیدا می‌کنند که در هر دوره‌ای که تحت پوشش بیمه هستند، به صرفه جویی در هزینه‌های خود پردازنند. در این مدل، مشتریان مراحله به مرحله به دلیل استفاده از مزایای بیشتر و پرداخت حق بیمه‌های کمتر، به دنبال برنامه وفاداری کشیده می‌شوند. با تمام این توصیفات، بهترین مدل پاداش برای این شرکت‌ها، «مدل حدنهایی» می‌باشد. مدلی مؤثر که باعث افزایش طول عمر حضور مشتریان در شرکت و استفاده از خدمات متنوع بیمه‌ای توسعه آن‌ها می‌گردد.

برای مثال؛ یک شرکت بیمه با استفاده از مدل پاداش حدنهایی، می‌تواند به مقاضیان بیمه‌بند اتومبیل، این پیشنهاد را بهدهد که با ثبت نام در طرح امیازی و برنامه وفاداری، در صورت بروز تصادفات با ۲۰٪ خسارت، خدمات بیمه و تعمیرگاهی بالاصله پس از ثبت نام، در اختیار آن‌ها قرار خواهد گرفت. به همین ترتیب می‌تواند سایر مراحل و رده‌های بیمه شوندگان و همچنین مزایای آن‌ها را برای مشتریان خود توضیح داده و بگویند در اولین سال تمدید قرارداد، منافع شما به این شرح می‌باشد و سال‌های دیگر نیز به همین ترتیب پیش می‌رود. با این روش، شرکت بیمه مشتریان شرکت‌های بیمه، برخوردار است.

## مدل‌های پاداش

در «مدل حدنهایی»، مشتریان بر اساس یک سری رفتارهای مشخص برای دستیابی به هدفی از قبیل تعیین شده در هر مرحله پاداش داده می‌شوند. این رفتارهای مشخص می‌تواند، استفاده از بیمه‌ای خاص، مشارکت در برنامه‌هایی مشخص، معرفی شرکت به دیگران یا هر رفتار تعریف شده از چراکه این مدل می‌تواند بر تجربه خوب یا بد مشتریان از شرکت تأثیرگذارد. علاوه بر تأثیر بر تجربه مشتریان، انتخاب صحیح یک مدل پاداش، بر هزینه‌های در نظر گرفته شده برای برنامه وفاداری نیز تأثیرگذار می‌باشد.

در صنعت بیمه تمامی این اهرم‌ها از مطلوبیت کافی برخوردار هستند، اما



منفعت استفاده از بیمه‌نامه‌ها پی‌برند. یک مشتری تا زمانی که ارزش واقعی خدمات بیمه‌ای خود را درک نکند، نمی‌تواند ارتباط عاطفی و احساس تعلقی (اهرم وابستگی) به خدمات شرکت بیمه داشته باشد و شرکت‌های بیمه نیز تا هر اندازه سعی نمایند از خروج آن‌ها از شرکت جلوگیری کنند (اهرم موانع خروج)؛ موفق نخواهند بود و نتیجه عکس می‌گیرند! با توجه به دلایل موجود، «ارزش ادارک شده» اهرم اصلی بازاریابان وفاداری می‌باشد: (۱) ارزش ادارک شده (۲) وابستگی و نزدیک بودن و (۳) موانع خروج، هر یک از این اهرم‌ها، سطوح مختلف از مطلوبیت را برای تأثیرگذاری بر رفتار مصرف مشتریان در صنایع مختلف، به نمایش می‌گذارد.

در «ارزش ادارک شده»، مشتریان در پی تحلیل ذهن خود برای درک ارزش کالا یا محصولی خواهند بود که شرکت ارائه می‌کند. «وابستگی» به نزدیکی عاطفی و احساس تعلق مشتری به شرکت و محصولات آن اشاره دارد و «موانع خروج» حاکی از فعالیت‌های شرکت برای حفظ مشتری و فاداری همواره در پی استفاده از این ابزارها برای تأثیر بر رفتار مشتریان هستند.

در صنعت بیمه تمامی این اهرم‌ها از مطلوبیت کافی برخوردار هستند، اما استفاده از یکی از این اهرم‌ها، برای تأثیرگذاری بر رفتار مشتریان مغایر خواهد بود. بله، «ارزش ادارک شده» کاربردی ترین اهرم برای بازگشت مشتریان در صنعت بیمه می‌باشد.

در ارزش، کلید اصلی در جلب رضایت مشتریان بیمه خواهد بود. ماهیت خدماتی که شرکت‌های بیمه‌گر به مشتریان خود ارائه می‌دهند، متناسب با رفتار، دائمًا در حال تغییر است. بنابراین مشتریان تا ارزش بهره مندی از این خدمات را به درستی درک نکنند، نمی‌توانند مشتریان وفاداری برای شرکت‌های بیمه باشند. درک این ارزش با کمک خود بیمه‌گران صورت می‌پذیرد. بیمه‌گران باید با استفاده از مزیت‌های رقابتی خود و ارائه قیمت‌های منصفانه، ذهن مشتریان خود را به منطقی بودن و با ارزش بودن خدمات خود معطوف نمایند.

## طراحی برنامه وفاداری در شرکت‌های بیمه

اولین گام در طراحی یک برنامه امتیازی و وفاداری خوب، شناخت مشتریان و چگونگی مشارکت دادن آن‌ها در برنامه‌های بیمه است. با توجه به وابستگی و مشارکت ضعیف و رو به پایین مشتریان با بیمه‌گران و کمبود تجربیات کلیدی در مدیریت صحیح روابط با مشتریان و چگونگی جلب رضایت آن‌ها؛ روند کار کمی سخت خواهد شد. مشتریان صنعت بیمه علاوه بر حس مشارکت جویی کم، مشتریان سختگیری نیز می‌باشند. بنابراین بازاریابان وفاداری باید بر بازگشت مشتریان در طولانی مدت تمرکز نمایند و برای بهبود تجربیات مشتریان از شرکت‌های بیمه، از ابزارهایی نظیر: «صداقت» بیمه‌گران و به وجود آوردن «اعتماد» دو جانبی در تمامی مراحل کار، از جمله در معرفی کامل طرح‌های بیمه‌ای، صدور و تمدید بیمه‌نامه‌ها و صورتحساب‌ها استفاده نمایند.

در این نوشتار سعی خواهیم کرد، با بیان جزیاتی از اهرم‌های بازگشت و حفظ مشتری، طراحی مدل‌های پاداش دهنده و نکاتی کلیدی در این زمینه، یاری رسان بازاریابان وفاداری در هر چه بهتر طراحی نمودن یک برنامه امتیازی صحیح برای شرکت‌های صنعت بیمه باشیم.

## اهرم‌های بازگشت مشتری

سه اهرم اولیه برای بازگشت مشتریان در اختیار بازاریابان وفاداری می‌باشد: (۱) ارزش ادارک شده (۲) وابستگی و نزدیک بودن و (۳) موانع خروج، هر یک از این اهرم‌ها، سطوح مختلف از مطلوبیت را برای تأثیرگذاری بر رفتار مصرف مشتریان در صنایع مختلف، به نمایش می‌گذارد.

در «ارزش ادارک شده»، مشتریان در پی تحلیل ذهن خود برای درک ارزش کالا یا محصولی خواهند بود که شرکت ارائه می‌کند. «وابستگی» به نزدیکی عاطفی و احساس تعلق مشتری به شرکت و محصولات آن اشاره دارد و «موانع خروج» حاکی از فعالیت‌های شرکت برای حفظ مشتری و فاداری همواره در پی استفاده از این ابزارها برای تأثیر بر رفتار مشتریان هستند.

در صنعت بیمه تمامی این اهرم‌ها از مطلوبیت کافی برخوردار هستند، اما استفاده از یکی از این اهرم‌ها، برای تأثیرگذاری بر رفتار مشتریان مغایر خواهد بود. بله، «ارزش ادارک شده» کاربردی ترین اهرم برای بازگشت مشتریان در صنعت بیمه می‌باشد.

در ارزش، کلید اصلی در جلب رضایت مشتریان بیمه خواهد بود. ماهیت خدماتی که شرکت‌های بیمه‌گر به مشتریان خود ارائه می‌دهند، متناسب با رفتار، دائمًا در حال تغییر است. بنابراین مشتریان تا ارزش بهره مندی از این خدمات را به درستی درک نکنند، نمی‌توانند مشتریان وفاداری برای شرکت‌های بیمه باشند. درک این ارزش با کمک خود بیمه‌گران صورت می‌پذیرد. بیمه‌گران باید با استفاده از مزیت‌های رقابتی خود و ارائه قیمت‌های منصفانه، ذهن مشتریان خود را به منطقی بودن و با ارزش بودن خدمات خود معطوف نمایند.

## ۱- درک ارزش طول عمر مشتری در شرکت و پاداش دادن به مشتریان با ارزش

بیشتر مشتریان بیمه، بعد از طی مراحل و آستانه‌های مختلف، ارزشمندتر می‌شوند؛ بنابراین مستلزم رسیدگی، توجه و پاداش‌های بیشتری نیز خواهند بود. تمرکز خود را تنها بر ارزش فلیق مشتری خود نگذارید بلکه آینده مشتری را نیز در نظر آورید. این را بدانید که مشتریان بیمه مشتریان مقطعی و زودگذر نیستند و در طول زمان به شرکت بیمه منفعت بسیار می‌رسانند.



از بیماری به دنبال خرید انواع بیمه ها بوده اند و متأسفانه نتوانسته اند را یادآوری کنم.

#### ۱۰- آرامش خاطر

مرگ اجتناب ناپذیر است. در مواجهه با این ترازی که برای برخی ترسناک است، حداقل کاری که برای خانواده خود می توانید انجام دهد تأمین امنیت مالی آینده آن ها با خرید بیمه عمر است. یکی از دلایل ترس از مرگ ناتوانی در انجام کارهای باقیمانده و نگرانی از سرنوشت آیندگان است. حتی اگر مبلغ قرارداد بیمه عمر شما ناچیز باشد، می دانید که تمام سعی تان را تجاه داده اید تا به بازماندگان خود در زمان سختی کمک کنید. حتی اگر بازمانده ای ندارید می توانید بیمه عمر خود را وقف خیریه ها کنید تا بعد از شما اصلاح کرد و آینده نگری را در شما تقویت کند.

#### ۸- بیمه عمر راه حلی برای پس انداز اجرایی است

می توانید حتی میزانی بیش از توان برنامه ریزی شده برای بیمه عمر خود پرداخت کنید. این روش به شما کمک می کند میزان بیشتری پس انداز کنید و هزینه های خود را نیز پایین تر بیاورید. با گذشت چند ماه از شروع قرارداد بیمه عمر خود، متوجه خواهید شد که هزینه های شما به علت میزان بیشتر حق بیمه کمتر شده و پول بیشتری برای آینده خود و بازماندگان تان پس انداز کرده اید. این تصمیم باعث می شود که در پایان قرارداد بیمه ای خود اندوخته بیشتری نیز داشته و در صورت امکان تبدیل بیمه نامه عمر به بیمه نامه بازنیستگی مبالغ ماهیانه بیشتری دریافت نمایید. توجه کنید که بیمه عمر حتی می تواند سبک زندگی شما را اصلاح کرده و آینده نگری را در شما تقویت کند.

#### ۹- ممکن است بعد از شرایط خرید بیمه عمر را نداشته باشید

"بیمه عمر یک ابزار عالی برای رو زمان هستی و نیستی انسان است. به علت پرداخت های متعدد و منظم در این قرارداد بیمه گذار مهارت تنظیم درآمدها و هزینه های خود را کسب می کند. نیاز به بیمه عمر در مراحل مختلف چرخه زندگی شما، بسته به نوع تعهدات مالی و وابستگی ها ممکن است تغییر کند اما در هر سن و سالی که باشید، حتی اگر وابستگانی هم نداشته باشید، بیمه عمر یک قرارداد ضروری، مهم و ارزشمند در زندگی شما است."

منبع: برگفته از نشریه businesstoday

## تکنیک لنگر در فروش بیمه عمر

است چیست؟ بی شک قیمتی بسیار دورتر و بالاتر از ۵۰ هزار تومان بار دوم قیمت را ۲۰ هزار تومان در ماه اعلام می کنم. آیا تصور پرداخت بیشتر برای خود خواهید کرد؟ البته که خیر. چرا؟ جواب بسیار ساده است. با ۲۰ هزار تومان اتفاقی برای شما نمی افتد. می توانید به راحتی از ۲۰ هزار تومان گذشته و البته خیال تان راحت باشد که من دیگر سراغ شما نخواهم آمد. چرا که شما محصول پیشنهادی من را خریداری کرده اید. این دو مثال بالا را به عنوان یک تمرین با خود و دوستان اجرا کنید. نتیجه جالبی به دست خواهید آورد که باعث خواهد شد فروشنده ای بسیار حرفه ای در به کار گیری تکنیک لنگر شوید.

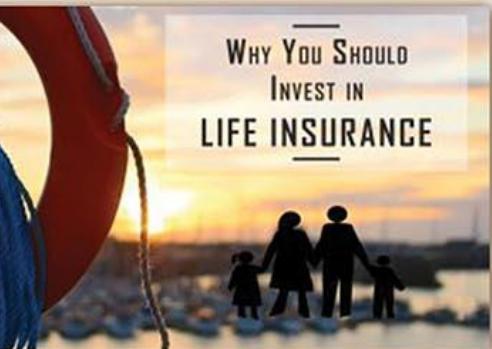
بنابراین در پایان مذاکره بدون هیچ نگرانی و ترس بیشترین قیمت خود را البته با توجه به شرایط بیمه گذار اعلام کنید. لنگر قیمت به بالاترین جایی که ممکن است را شما پرتاب کنید. این اتفاق ذهن خریدار را خودآگاه به سمت ارقام بالاتر میل خواهد داد و بیمه گذار برای خرید به قیمت های بیشتر و بیمه نامه با کیفیت تر فکر خواهد کرد. یادمان باشد که از پله راحت تر پایین می آید. اگر قیمت کمتری اعلام کنید خیلی سخت است بتوانید آن را بیشتر کنید. بیمه نامه با حق بیمه کم نه تنها ارزشمند نیست بلکه پوشش مناسبی نیز برای بیمه گذار و خانواده او نخواهد داشت از طرفی یکی از موارد مهم برای لذت بردن از شغل در کار خدمت به مردم، گرفتن نتیجه دلگرم کننده توسط فروشنده است. بیمه نامه ارزان و بی کیفیت نه تنها کارمزد کمتری دارد بلکه احتمال بسیار کمی نیز برای تمدید خواهد داشت و البته پوشش بیمه ای مناسبی هم برای بیمه گذار نخواهد داشت.

بسیاری از فروشندهای بیمه عمر در دنیا و به طور کلی تمامی فروشندهای ممکن است مذاکره کنندگان بسیار خوبی باشند اما درصد اما درصد بسیار بالایی از آن ها در اعلام خوب هستید، بیمه نامه عمر شما به اصطلاح چانه زدن توانایی آن ها به اندازه مهارت آن ها در مذاکره نیست. در بازاریابی از مذاکره برای جلب نظر خریدار استفاده می شود یعنی مشتری که در اینجا بیمه گذار نامیده می شود قبول کند که به محصول و یا خدمات ما که در اینجا بیمه عمر است نیاز داشته و آن را خریداری نماید در صورتی که چانه زنی بحث بر سر قیمت و برای فروش خدمت خود (بیمه عمر) به بهترین قیمت است. بسیاری از فروشندهای چنان دچار این اشتباہی می شوند که قیمت

کمتر باعث موفقیت آن ها در فروش خواهد شد. اما این اشتباہی است که بسیاری از فروشندهای را ناچار به ترک این حرفه می کند چرا که نتیجه قابل توجهی از کارشان نمی گیرند.

حال چه باید کرد؟ باید توجه کنید در یک مذاکره اولین قیمت اعلامی صرف نظر از این که از طرف فروشنده باشد یا خریدار به صورت ذهنی به عنوان مبنای قرار خواهد گرفت و تمامی چانه زنی های بعد آن حول آن قیمت است. عموماً فروشندهای، قیمت های پایین یا میانی را به علت اطمینان از تعیین نمودن از همین می توانید مبالغی را بیمه نامه خود پس انداز کنید و مطمئن باشید که این مبلغ از همراه سود آن تنها به افرادی تعلق دارد که به شرکت بیمه در چانه زنی بعد از ۲ یا ۳ سال با شرایط متنوع به شرکت بیمه پرداخت نماید.

## به این ۵ دلیل باید بیمه عمر خرید



حاصل کنید که هر ماه میزان مشخصی درآمد کسب خواهید کرد. می توانید سرمایه دریافتی خود از بازخرید بیمه نامه در پایان آن را، در صندوق های مالی آینده خانواده خودتان است. علاوه بر این، از مزایای یک بیمه عمر در طول زندگی خود غافل نمایید، به ویژه اگر شما جوان هستید. ما

۵- خرید بیمه عمر هنگامی که شما جوان تر هستید بیشتر به نفع تان است حتی اگر مجرد باشید نیز بیمه عمر از جهت برای شما ضروریست. در کنار این که در زمان مجرد بودن تان نیز این امکان وجود دارد افرادی مانند والدین سالمند و یا فرزندان کوچک خانواده به شما وابستگی مالی داشته باشند، به این دو دلیل مهربانی خود را بخواهید. اول این که بیمه عمر در جوانی به شما توصیه می گردد. اولین دلیل قانع کننده برای خرید یک بیمه نامه عمر را در طول زندگی این ها را پایین بینواید. این که آیا برای جایگزینی درآمد از دست رفته، پرداخت هزینه تحصیل فرزندتان و یا اطمینان از این که همسر شما امنیت مالی موردنیاز را پس از شما دارد؟

اگر جواب خیر است، بیمه عمر می تواند سرمایه ای را برای روزی که وابستگان شما به آن نیاز دارد ذخیره کند.

۲- قراردادی برای تضمین پرداخت وام های شما هیچ دوست ندارد خانواده خود را در مقابل بدهی های مالی خود قرار داده و برای آن ها بحران ایجاد کند طرف قراردادهای پرداخت وام شما قرار گیرند. هر گونه بدهی مانند- وام مسکن، وام خودرو، وام شخصی با وام در کارت های اعتباری- بدون خرید بیمه عمر برای انتقال تعهد پرداخت آن ها زمان خانواده به شرکت بیمه در زمان نبود شما، تبدیل به کابوسی وحشتناک بعد از فوت شما خواهد شد.

۳- امکان دستیابی به اهداف بلند مدت از آن جایی که بیمه عمر وسیله ای است که برای مدت زمان طولانی پول شما را پس انداز و سرمایه گذاری می کند، به شمار دستیابی به اهداف بلند مدت مانند خرید خانه یا برنامه ریزی بازنیستگی کمک می کند. این قرارداد همچنین به شما گزینه های سرمایه گذاری متنوعی می دهد چرا که در پایان قرارداد مبالغ پرداختی شما چند برابر شده و ارزش بالایی برای سرمایه گذاری در زمینه های پرداختی خواهد داشت. بسیاری از شرکت های حتی مبالغی بیشتر از تعهد خود به بیمه گذار نمایند چرا با تجمعی مبالغ حق بیمه و اقساط بیمه نامه های قبلی منبع بسیار بزرگی برای سرمایه گذاری در اختیار داشته و بیش شک با منابع عظیم مالی سرمایه گذاری های سوداوارتی هم انجام خواهد شد.

۴- بیمه عمر مکملی برای درآمد بازنیستگی شما یکی از دغدغه های بسیار بزرگ افراد در دوران جوانی و میانسالی آن ها میزان درآمد دوران بازنیستگی است. اما می توانید با خرید بیمه عمر اطمینان

گردد از این دلایل: علیرضا جب مدیر ارشد فروش بیمه عمر و تامین آتیه کد ۹۰۱

خرید بیمه عمر یکی از مهمترین تصمیمات مالی است، اما شاید بازنیستگی تنها درصد مردم دنیا تحت پوشش این بیمه هستند. اما چرا بیمه عمر و پوشش های آمن تا این اندازه مهم است؟ خب، بدون در نظر گرفتن این که به چه میزان درآمد کسب می کنید، هیچکس نمی داند آینده چگونه رقم خواهد خورد. بسیاری از افراد هر ساله از بیماری یا حادثه خیلی زودتر از دیگران می میرند، و اگر شما تنهایان اور خانواده هستید و مجبور به پرداخت هزینه های زندگی هستید، این امر می تواند بیامدهای ویران کننده ای برای عزیزان شما داشته باشد. "توانایی آن هادر پرداخت هزینه های خانوار، بدھی ها و حفظ سطح استاندارد زندگی خود."

بنابراین، حداقل کاری که شما با خرید بیمه عمر می توانید انجام دهید تأثیر مالی آینده خانواده خودتان است. علاوه بر این، از مزایای یک بیمه عمر در طول زندگی خود غافل نمایید، به ویژه اگر شما جوان هستید. ما

۱- نگاهی به گرفتاری های عزیزان شما پس از این که شما از این دنیا ترک کردید

این مهم ترین جنبه بیمه عمر است که باید به آن پرداخته شود. خانواده شما حتی بعد از این که شما رفته اید، به شما وابسته است و مطمئناً نمی خواهد سطح زندگی این ها را پایین بینواید. این که آیا برای جایگزینی درآمد از دست رفته، پرداخت هزینه تحصیل فرزندتان و یا اطمینان از این که همسر شما امنیت مالی موردنیاز را پس از شما دارد؟

اگر جواب خیر است، بیمه عمر می تواند سرمایه ای را برای روزی که وابستگان شما به آن نیاز دارد ذخیره کند.

۲- قراردادی برای تضمین پرداخت وام های شما هیچ دوست ندارد خانواده خود را در مقابل بدهی های مالی خود قرار داده و برای آن ها بحران ایجاد کند طرف قراردادهای پرداخت وام شما قرار گیرند. هر گونه بدهی مانند- وام مسکن، وام خودرو، وام شخصی با وام در کارت های اعتباری- بدون خرید بیمه عمر برای انتقال تعهد پرداخت آن ها زمان خانواده به شرکت بیمه در زمان نبود شما، تبدیل به کابوسی وحشتناک بعد از فوت شما خواهد شد.

۳- امکان دستیابی به اهداف بلند مدت از آن جایی که بیمه عمر وسیله ای است که برای مدت زمان طولانی پول شما را پس انداز و سرمایه گذاری می کند، به شمار دستیابی به اهداف بلند مدت مانند خرید خانه یا برنامه ریزی بازنیستگی کمک می کند. این قرارداد همچنین به شما گزینه های سرمایه گذاری متنوعی می دهد چرا که در پایان قرارداد مبالغ پرداختی شما چند برابر شده و ارزش بالایی برای سرمایه گذاری در زمینه های پرداختی خواهد داشت. بسیاری از شرکت های حتی مبالغی بیشتر از تعهد خود به بیمه گذار نمایند چرا با تجمعی مبالغ حق بیمه و اقساط بیمه نامه های قبلی منبع بسیار بزرگی برای سرمایه گذاری در اختیار داشته و بیش شک با منابع عظیم مالی سرمایه گذاری های سوداوارتی هم انجام خواهد شد.

۴- بیمه عمر مکملی برای درآمد بازنیستگی شما یکی از دغدغه های بسیار بزرگ افراد در دوران جوانی و میانسالی آن ها میزان درآمد دوران بازنیستگی است. اما می توانید با خرید بیمه عمر اطمینان



## افزون کردن کلیپ آرت (Adding ClipArt)

کلیپ آرت ها تصاویر هنری هستند که شرکت مایکروسافت آفیس تعدادی از آنها را به صورت پیش فرض در برنامه Microsoft Office گنجانده است و شما می توانید تصاویر مناسب با مطلب و نیاز خود را در بین آنها یافته و در ارایه خود به کار ببرید.

برای وارد کردن کلیپ آرت ها به اسلاید جاری، از سربرگ Insert در نوار ابزار اصلی (بیرون) کلیک کرده و با باز شدن این سربرگ به کادر گروه Illustrations بروید و بر روی گزینه ClipArt کلیک کنید.



با کلیک بر روی این گزینه پنجره ای محاوره ای در کنار اسلاید شما باز خواهد شد. از این پنجره کلیپ آرت مناسب با نیاز و مطلب خود را یافته و با کلیک بر روی آن، وارد اسلاید جاری نمایید.



نکته: اگر اتصال اینترنتی شما برقرار باشد، با انتخاب گزینه Clip Art on Office Online که در پایین این پنجره قرار گرفته است، می توانید به کلیپ آرت های ارایه شده بیشتری از شرکت مایکروسافت دسترسی داشته باشید.

برای جایه جا کردن کلیپ آرت وارد شده به نقطه ای دیگر در اسلاید ابتدا بر روی کلیپ آرت وارد شده در اسلاید کلیک کنید و پس از ظاهر شدن کادر اطراف آن و تبدیل نشانگر ماوس به فلاشی چهار طرفه در حالی که هم چنان کلیک چپ ماوس را می فشارید، اقدام به جایه جا نمودن آن نمایید.

برای تغییر سایز کلیپ آرت وارد شده به روش زیر عمل کنید پس از کلیک بر روی کلیپ آرت وارد شده در اسلاید کلیک کنید و پس از ظاهر شدن کادر اطراف آن و تبدیل نشانگر ماوس به فلاشی چهار طرفه در حالی که هم گذره های کوچک کارهای کوچک مشاهده می شوند. با کلیک بر روی هر کدام از این دایره ها و درآگ کردن هم زمان می توانید سایز تصویر را مناسب با نیاز خود و به صورت دستی تغییر دهید.

## ویرایش تصویر و کلیپ آرت (Editing Picture and ClipArt)

با وارد کردن موارد گرافیکی به یک ارایه، سربرگ جدید در نوار ابزار اصلی (بیرون) با نام Format باز خواهد شد که به وسیله گزینه های موجود در این سربرگ شما قادر خواهد بود تا تغییرات لازم را روی تصویر و کلیپ آرت وارد و انتخاب شده اعمال نمایید.



با تیک دار نمودن این گزینه آیکون ویدیوی وارد شده در زمان نمایش نشان داده خواهد شد.

با انتخاب این گزینه ویدیو به صورت تمام صفحه نمایش داده می شود.

Loop until Stopped با تیک دار کردن این گزینه فایل شما تا زمان استوب کردن آن از سوی شما نمایش داده خواهد شد.

افزون کردن تصویر (Adding a Picture)  
برای وارد کردن تصاویر و عکس ها به اسلاید دلخواه از ارایه پاورپوینت، ابتدا اسلاید مورد نظر را انتخاب کنید. سپس از سربرگ Insert به کادر گروه Illustrations بروید و از این کادر گروه بر روی گزینه Picture کلیک نمایید.



با کلیک بر روی این گزینه پنجره فایل های ذخیره شده در کامپیوتر شما باز خواهد شد و شما با جستجو در فایل های ذخیره شده، تصویر ذخیره شده مورد نظر را یافته و با انتخاب کردن آن (که با کلیک بر روی تصویر انجام می گیرد) و تأیید نهایی توسط دکمه Ok که در زیر پنجره قرار دارد تصویر انتخاب شده به اسلاید جاری وارد خواهد شد.



برای جایه جا کردن تصویر وارد شده به نقطه ای دیگر در اسلاید ابتدا بر روی تصویر وارد شده در اسلاید کلیک کنید و پس از ظاهر شدن کادر اطراف آن و تبدیل نشانگر ماوس به فلاشی چهار طرفه در حالی که هم گذره های کوچک مشاهده می شوند. با کلیک بر روی هر کدام از این دایره ها و درآگ کردن هم زمان می توانید سایز تصویر را مناسب با نیاز خود و به صورت دستی تغییر دهید.

برای تغییر سایز کلیپ آرت وارد شده به روش زیر عمل کنید پس از کلیک بر روی تصویر وارد شده در اسلاید کلیک کنید و پس از ظاهر شدن کادر اطراف آن و تبدیل نشانگر ماوس به فلاشی چهار طرفه در حالی که هم گذره های کوچک مشاهده می شوند. با کلیک بر روی هر کدام از این دایره ها و درآگ کردن هم زمان می توانید سایز تصویر را مناسب با نیاز خود و به صورت دستی تغییر دهید.

برای جایه جا کردن تصویر وارد شده به نقطه ای دیگر در اسلاید ابتدا بر روی تصویر وارد شده در اسلاید کلیک کنید و پس از ظاهر شدن کادر اطراف آن و تبدیل نشانگر ماوس به فلاشی چهار طرفه در حالی که هم گذره های کوچک مشاهده می شوند. با کلیک بر روی هر کدام از این دایره ها و درآگ کردن هم زمان می توانید سایز تصویر را مناسب با نیاز خود و به صورت دستی تغییر دهید.

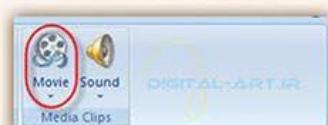


## آموزش گام به گام Power Point

## افزون کردن فایل ویدیویی (Adding Video)

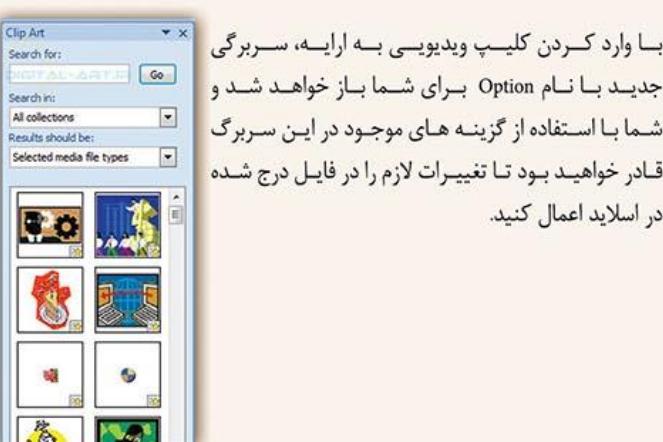
شما در برنامه پاورپوینت قادر خواهد بود تا کلیپ های ویدیوی مناسبی را که برای ارایه خود نیاز دارید را وارد آن نمایید و حتی برخی تغییرات مورد نیاز را نیز بر روی آن اعمال کنید.

برای وارد کردن یک قطعه ویدیویی به ارایه ابتدا مکان نما را به محلی که باید کلیپ در آن نقطه قرار گیرد ببرید و سپس از سربرگ Insert به کادر گروه Media clips بروید و از این کادر گروه بر روی گزینه Movie کلیک کنید.



با کلیک بر روی این گزینه پنجره جستجو در کامپیوترا باز خواهد شد و با جستجو در فایل های سیستمی و انتخاب و تأیید فایل ویدیوی مورد نظر خود آن را به اسلاید جاری وارد نمایید.

## قسمت هفتمن



با وارد کردن کلیپ ویدیویی به ارایه، سربرگ جدید با نام Option برای شما باز خواهد شد و شما با استفاده از گزینه های موجود در این سربرگ قادر خواهد بود تا تغییرات لازم را در فایل درج شده در اسلاید اعمال کنید.

برخی از پر کاربرد ترین گزینه های موجود در این سربرگ عبارتند از:



Preview پیش نمایشی از فایل وارد شده نمایش داده می شود.  
Slide Show Volume با کلیک بر روی این گزینه و باز شده گزینه های زیر مجموعه آن قادر خواهد بود تا میزان صدای ویدیو را در حالت پخش تعیین نمایید.

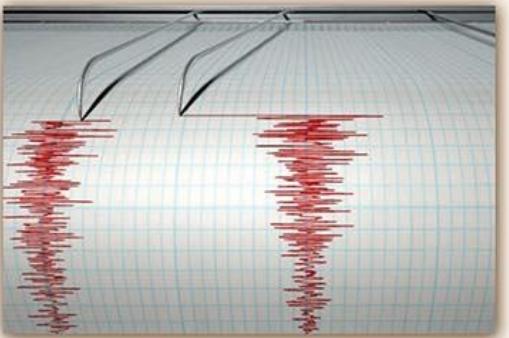


با انتخاب این گزینه همانند مرحله توضیح داده شده در بالا با انتخاب و تأیید فایل ویدیویی انتخاب شده، پنجره ای جدید به شکل زیر و با نام Microsoft Office PowerPoint باز خواهد شد که دارای دو گزینه می باشد. با انتخاب گزینه Automatically فایل ویدیویی شما در هنگام نمایش اسلاید بطور خود کار پخش خواهد شد و با انتخاب گزینه When Clicked فایل شما در صورت کلیک کردن بر روی آن پخش می شود.



با انتخاب این گزینه پنجره ای جدید در کنار اسلاید باز می شود پنجره ای از ClipArt و در آن فایل های ویدیویی را که برنامه به صورت سازماندهی شده در اختیار شما قرار داده است نمایان شده و بنابراین نیاز خود می توانید ویدیوی مناسب را انتخاب و استفاده نمایید.





## زلزله زدگان بجنورد ۵ میلیارد ریال خسارت از بیمه پاسارگاد دریافت کردند

پاسارگاد قرار داشته اند که از این محل مبلغ ۱۴۷,۰۰۰ ریال به این حادثه دیدگان پرداخت شد. همچنین طبق گزارش تعداد ۴۶ مورد آتش سوزی منازل مسکونی به مبلغ ۱,۰۹۶,۵۷۵,۰۰۰ ریال، ۹ مورد آتش سوزی غیر صنعتی به مبلغ ۲۴۶,۴۵۰,۰۰۰ ریال و ۱۶ مورد بیمه آتش سوزی دفترچه ای منازل مسکونی به مبلغ ۵۷۱,۱۰۰,۰۰۰ ریال به زلزله زدگان این شهرستان پرداخت شد.

شرکت بیمه پاسارگاد در استانی ایجاد رضایتمنדי در پرداخت خسارت و رعایت اصل مشتری مداری و تکریم ارباب رجوع خسارت واحد های آسیب دیده در زلزله شهر بجنورد را در کوتاه ترین زمان ممکن و بالاترین دقت به بیمه گذاران خود پرداخت کرد.

در جویان رسیدگی و پرداخت این خسارت مدیر کل بیمه های اموال و مدیر بیمه های آتش سوزی از همکاری صمیمانه سپرست شعبه بجنورد و کارشناسان این شعبه که در مدت زمان بررسی خسارت، به طور شایسته ای تمام همت و تلاش خود را به کار گرفتند، قدردانی کردند.

## انتخاب مدیر منطقه بیمه پاسارگاد به عنوان رئیس شورای هماهنگی شرکت های بیمه در استان یزد



مدیر منطقه ۱۴ بیمه پاسارگاد به عنوان رئیس و همچنین مدیر شعب بیمه دانا و بیمه رازی، به عنوان نایب رئیس و دبیر شورای هماهنگی شرکت های بیمه در استان یزد انتخاب شدند.

گفتنی است شورای هماهنگی شرکت های بیمه با دستورالعمل جدید در سایر استان های کشور نیز با نظارت سندیکای بیمه گران تشکیل می شود.

«آئینه پاسارگاد» موقوفیت روزافزون را برای این مدیر منطقه پر تلاش از درگاه خداوند متعال مسئلت می نماید.

خسارت آتش سوزی برای دارندگان بیمه نامه های عمر و تأمین آتیه، آتش سوزی منازل مسکونی یا واحد های تجاری و موارد غیر صنعتی و همچنین بیمه نامه آتش سوزی منازل مسکونی دفترچه ای در زلزله استان خراسان شمالی توسط شرکت بیمه پاسارگاد رسیدگی و در کوتاه ترین زمان ممکن پرداخت شد.

بر اساس گزارش های دریافتی؛ دری و قوع زلزله در استان خراسان شمالی، تیم های کارشناسی این شرکت به محض اطلاع از وقوع حادثه در مناطق زلزله زده حاضر شدند و عملیات بررسی و برآورد خسارت توسط مدیریت و دو تیم کارشناسی خسارت بیمه های آتش سوزی این شرکت با حضور در شهر بجنورد آغاز شد.

با تأکید مدیر کل بیمه های اموال بیمه پاسارگاد در بررسی به موقع و سریع بروندۀ های زلزله شهر بجنورد، بر اساس اعلام مدیریت بیمه های آتش سوزی در مجموع تعداد ۱۱۱ فقره پرونده خسارت پذیرش شده است که از آن ها، خسارت تعداد ۱۰۸ پرونده به مبلغ ۲,۵۱۴,۶۷۰,۰۰۰ ریال پرداخت و برای ۳ پرونده ذخیره خسارت عموق به مبلغ ۸۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال، منظور شده که به محض تکمیل مدارک، خسارت آن ها نیز پرداخت خواهد شد.

گفتنی است از ترکیب ۱۰۸ پرونده خسارت پرداختی ۳۷ مورد مربوط به دارندگان بیمه عمر و تأمین آتیه می باشد که تحت پوشش رایگان بیمه آتش سوزی و زلزله بیمه



## چشمها را بیندویک آرزو کن...

آجی کوچیکه: «زود یه آرزو کن؛ زود دیگه» !!!

آجی بزرگه چشمهاست و آرزو کرد

آجی کوچیکه: «چپ یا راست؟ »

آجی بزرگه: «مم... راست »

آجی کوچیکه: «درسته، آرزو براورده می شه، هورا...»

بعد دستشو دراز کرد و از زیر چشم چپ آجی بزرگه، مژه رو برداشت !!!

آجی بزرگه: «این که چشم چپ بودا! »

آجی کوچیکه چپ و راست و مور کرد و گفت: «خب اشکال ندارم...»

دستشو دراز کرد و یه مژه دیگه از زیر چشم راست آجی بزرگش برداشت

«دیدی؟ آرزو می خواه براورده شه، حالا چی آرزو کردی؟ »

آجی بزرگه: «آرزو کردم تا دیگه مژه هام نریزه!!! »

بعد سه تایی زدن زیر خنده...

آجی کوچیکه، آجی بزرگه و پرستار بخش شیمی درمانی...

و ای کاش پدرش پول کافی برای ادامه درمان را داشت تا سلامت دخترش را بازگرداند...

...

انداخت که با خودم خلوت کرد و از خداوند این ها را خواستم :

\* خدایا به من بصیرتی ده تا از همین امروز، چرتكه و ماشین حساب را کنار

بگذارم و قبل از محاسبه کارمزد هر فروشم، حساب جان انسان ها را نگاه دارم .

\* خدایا به من شهامتی ده تا ترس "نه" شنیدن را به جان بخرم و فرصت

زندگی به دیگران را بخشم .

\* خدایا به من بینشی ده تا قصد و هدف را در شغلم بشناسم و بدانم که فلسفه

شغل من این است :

«کمک به مردم به قصد نجات و رهایی شان از گرفتاری با هدف کسب

درآمد»

دیگر نخواهم گذاشت فرم های پیشنهاد درون کیفم خاک بخورند و جوان های

مردم به خاطر بی پولی و نداشتن بیمه عمر و تأمین آتیه، جان شان را از

دست بدھند. این اتفاق نقطه عطفی در شغلم ایجاد کرد که آن را تا آخر عمر

فراموش نخواهم کرد...

اما نه! مقصو، آن ها نیستند: من، به عنوان نماینده فروش بیمه عمر مقصرم .

چشمان امیدوار و لبخند شیرین آجی کوچیکه، امید و انگیزه را در من زنده

کرد. با خودم فکر کردم من می توانم امروز با فروش یک بیمه عمر، آرزوی

بیماران سلطانی فردا را تبدیل به واقیت کنم...

چرا هنوز خانواده ها به دلیل نشناختن و نداشتن بیمه عمر و در نتیجه نداشتن

هزینه درمان، عزیز خودشان را به سادگی از دست بدھند؟

چرا من که راهی برای کمک به زندگان این گونه بیماران داشتم برای

دوست و همسایه خودم دست به هیچ کاری نزدم؟

کرمانشاه و هرمزگان، شورای هماهنگی شرکت های بیمه با ساختار و دستورالعمل جدید در استان یزد تشکیل شد و هیأت رئیسه آن به مدت دو سال با نظر اعضا انتخاب شدند.

طی رأی گیری به عمل آمده میان مدیران بیمه ای استان یزد، هرمز نجفیان خداوند متعال مسئلت می نماید.



## برپایی نمایشگاه خیریه سمر با حضور نمایندگان فروش بیمه‌های عمر و تأمین آئیه

در نمایشگاه خیریه سمر هدی رضایی هنجنی نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آئیه کد ۶۷۶۶۵ با مشارکت ۱۲ نفری نمایندگان فروش اقدام به مشاوره و فروش بیمه‌های عمر و تأمین آئیه نمودند. این نمایشگاه ۳ روزه که از لحظه کیفی در سطح بالایی قرار داشت پذیرای هنرمندان و اهالی فرهنگ و خیریه بود که ضمن بازدید از غرفه اختصاصی بیمه پاسارگاد در این نمایشگاه حضور یافتند. نمایندگان فروش توانی بیمه پاسارگاد با ارائه بیمه نامه عمر و تأمین آئیه شرکت کنندگان در این همایش را تحت پوشش این بیمه نامه قرار دادند.



## تقدیر از مدیران و نمایندگان فروش برتر خانواده همراهان پاسارگاد



## پرداخت خسارت بازماندگان حادثه‌رانندگی در شعبه گبندکاووس

شرکت بیمه پاسارگاد در راستای تحقق امر مشتری مداری و پرداخت به موقع خسارت، مبلغ ۵ میلیارد و ۴۲۷ میلیون و ۹۰ هزار ریال خسارت پرداخت کرد. در اثر حادثه در محور مینودشت به گالیکش از توابع استان گلستان که منجر به فوت و مصدومیت سرنشیان هر دو خودرو شده بود با تشکیل پرونده در شعبه گبندکاووس با حضور مدیریت منطقه ۴، سرپرست و همکاران شعبه مبلغ این خسارت در شعبه گبندکاووس به بازماندگان این حادثه پرداخت شد.



## همایش آموزشی بیمه عمر و تأمین آئیه در شهر اهواز

با حمایت شعبه اهواز و با همت جادری نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آئیه کد ۷۰۴۹۳ همایش آموزشی بیمه‌های عمر و تأمین آئیه با حضور حمید امامی در شهر اهواز برگزار شد. در این همایش که با حضور جمعی از نمایندگان عمومی، نمایندگان و سازمان فروش بیمه‌های عمر و تأمین آئیه برپا شده بود از مباحثت فروش و بازاریابی مطرح شد که مورد استقبال حاضرین قرار گرفت.



## حضور بیمه پاسارگاد در جشنواره بزرگ گل غلتان

فاطمه شجاعی مدیر فروش بیمه عمر و تأمین آئیه کد ۹۱۶-۳۲۰ با همکاری مجتبی ملکی رئیس شعبه دامغان اقدام به برپایی غرفه معرفی بیمه عمر و تأمین آئیه در جشنواره گل غلتان با شیوه‌ای جالب در سطح گسترده نمودند. با توجه به خصوصیات این جشنواره و حضور پدران و مادران به همراه فرزندان خردسال شان و اقوام این نوزادان در این جشنواره، فرصت بسیار خوبی بود تا علاوه بر زنده نگه داشتن این سنت شیرین، والدین این نوزادان در رابطه با آینده فرزندان و نقش بیمه عمر در تأمین آئیه این عزیزان از طریق شرکت بیمه پاسارگاد آشنا شوند. مهراب حسینی و مهدی طوسی مدیران ارشد سازمان فروش ۹۱۶ به همراه مدیر فروش کد ۹۱۶-۳۲۰ این فرصت را غنیمت دانسته و قدردانی شد.

این گل غلتان یکی از رسوم سنتی مناطق مختلف شهرستان دامغان است که در حال حاضر توسط اهالی شهر امیریه (دامغان) صورت می‌گیرد. مراسم «گل غلتان» نوزادان نسل‌های پیش به یادگار مانده و در زمرة میراث معنوی شهرستان دامغان قلمداد می‌شود. جالب توجه است که این مراسم در سال گذشته در فهرست آمار معنوی کشور به نام شهر امیریه ثبت شده است.



در ادامه این همایش مدیر ارشد، مدیران فروش و آموزش به نمایندگان فعال در سال ۱۳۹۵ هدایای ارزنه اهدا کردند تا قدردان خدمات این عزیزان باشد. در این همایش سرپرست شعبه عظیمیه کرج ضمن قدردانی از پشتکار مدیر ارشد گروه ۹۱۷ بر شعار «مراقبت از دستاوردها» تأکیده کرده و نمایندگان را به حفظ ارتباط شایسته با مشتریان هدایت کرد و با ارائه آمار چشمگیر فروش بیمه نامه عمر و تأمین آئیه خانواده همراهان پاسارگاد در سال ۱۳۹۵ پیشبرد اهداف حرفه‌ای سازمان فروش مطرح شد. هادی زیتونی مدیر ارشد فروش بیمه عمر و تأمین آئیه در ادامه صحبت‌های خود خطاب به سازمان فروش عنوان کرد: «موفقیت از ذهن آغاز می‌شود، باید بر بارها و قدرت‌های مان تمرکز کنیم و به وسیله آن ها سرنوشت خود را تغییر دهیم. مراقب گفتارمان باشیم، اگر گفتار ما مثبت باشد قطعاً مارا به سمت اهداف مان هدایت می‌کند. البته افکار و گفتار مثبت به تهایی کارساز نیست، اگر ما دست به کار نشویم به اهداف مان نخواهیم رسید باید بدانیم که خداوند به کسانی که اهل علم هستند، کمک می‌کند. از آن جا که موفقیت حاصل تلاش و فعالیت اعضا یک مجموعه است.

## قدرتمندی از بیمه گذاران پیشکسوت توسط مدیر منطقه گرگان



طی مراسمی از شرکت‌های بزرگ، هلدینگ‌ها، سازمان‌های دولتی و غیردولتی و همچنین اشخاص حقیقی و حقوقی در بخش صنعت و تجارت که در چند سال متوالی به عنوان بیمه گذاران پیشکسوت شعبه گرگان بودند، در هتل شهاب نهارخوران گرگان قدردانی شد. این مراسم با هدف تجلیل از بیمه گذاران، بادیبد در گذشت نماینده فعال فقید و بزرگداشت دهمین سال تأسیس شعبه گرگان با حضور مدیر منطقه ۴، رئیس، معاون، کارکنان و نمایندگان برگزار شد. در این مراسم مدیر منطقه ۴ و رئیس شعبه گرگان ضمن خوشنامدگویی به مدعین قدردانی از همکاری بیمه گذاران گزارشی از توسعه خدمات بیمه در استان اعم



## پرداخت ۹ میلیارد ریال توسط شرکت بیمه پاسارگاد به مصدومین یک حادثه رانندگی



شرکت بیمه پاسارگاد بیش از ۹ میلیارد ریال به سرنشینان خودروی سواری پیکان که در حادثه رانندگی در حومه شهر پاسج مصده شده بودند خسارت دیه پرداخت کرد

بر اساس گزارش های دریافتی؛ یک دستگاه خودروی سواری پیکان که نزد شرکت بیمه پاسارگاد دارای بیمه نامه شخص ثالث و حواض رانند بود در اثر برخورد با پل به دره پایین پل سقوط کرده و حادثه ای رابه وجود آورد که منجر به جرح و مصدومیت- نقش عضو (تعدد دیات) سرنشینان خودرو شد.

در این حادثه رانندگی که به علت عدم توانایی راننده در کنترل وسیله نقلیه ناشی از تخطی سرعت مطمئنه از مسیر خود خارج و پس از حدود ۱۰ متر خط ترمز در لاین مخالف به حرکت ادامه داده و خودرو پس از برخورد با پل به پایین سقوط می کند.

در این حادثه که در استان کهگیلویه و بویر احمد محور بخش سپیدار، روستای قاسم آباد جلیل، در حومه شهر پاسج اتفاق افتاد، سه سرنشین خودرو به شدت مصدوم و یکی از این سرنشینان دچار ضایعه قطع نخاع می شوند.

گفتنی است پرداخت این مبلغ خسارت به مصدومین حادثه رانندگی، هشداری است به رانندگان وسائل نقلیه چرا که اهمیت بیمه نامه شخص ثالث را می توان در این حادثه بهوضوح مشاهده کرد.

ریال خسارت پرداخت شد

## برگزاری همایش بیمه عمر و تأمین آتیه در استان گلستان



سازمان فروش کد ۹۱۶ با مدیریت ارشد مهراب حسینی و مهدی طوسی به همراه محمد رحمنی مدیر فروش کد ۹۱۶-۲۹۲ در شعبه گرگان اقدام به برگزاری گردهمایی و کلاس آموزشی در رابطه با نحوه فروش بیمه های عمر و تأمین آتیه در شهر گرگان و بررسی شرایط مشاوره و فروش نمودند. مهراب حسینی مدیر ارشد آموزش کد ۹۱۶ مطالب ارزشمندی در رابطه با فرهنگ مردم گرگان و نحوه مشاوره بومی با توجه به شرایط امروز ارائه نمودند. محمد رحمنی مدیر فروش با توجه به شرایط اقتصادی امروز و شرایط عمومی مردم استان گلستان مطالبه راهبردی ارائه نمود. در ادامه غلامرضا دینی مدیر منطقه گرگان که با استراتژی خود نقش بسزایی در توسعه و فروش بیمه های عمر در استان گلستان دارند، از طرفیت های بالای استان و شرایط بومی منطقه برای نمایندگان ۹۱۶-۲۹۲ گفت و از نمایندگان و اهالی صنعت بیمه جهت تلاش بی وقفه شان قدردانی نمود.



## برگزاری همایش بیمه عمر و تأمین آتیه در استان خوزستان



به همت مادانا آبروشن نماینده بیمه عمر و تأمین آتیه کد ۷۰۷۳۰، با همراهی شعبه اهواز همایش بزرگ بیمه عمر و تأمین آتیه در سالن آمفی تاتر دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر برگزار شد.

این همایش با موضوع شفاف سازی بیمه های عمر پذیرای جمعی از بزرگان شهر اهواز بود در همایش بزرگ بیمه عمر و تأمین آتیه اهواز در خصوص نقش و اهمیت بیمه عمر و تأمین آتیه در زندگی افراد جامعه مباحثی مطرح شد و بروشورهای اطلاع رسانی این بیمه نامه و تندیس همایش در اختیار مدعین قرار گرفت.



## حمایت بیمه پاسارگاد از مسابقات چندگانه بنیاد ملی نخبگان استان فارس



مسابقات چندگانه استان فارس توسط بنیاد ملی نخبگان این استان با حمایت بیمه پاسارگاد برگزار شد.

حسین منتظری نماینده کد ۳۶۸۲ در این مسابقات چندگانه که در حوزه های بازی های فکری، هواپیما، رباتیک، سازه های ماکارانی برگزار شد با برپایی غرفه اختصاصی بیمه پاسارگاد اقدام به ارائه انواع بیمه نامه های بیمه پاسارگاد نمود.



## معرفی بیمه عمر و تأمین آتیه در همایش دامپزشکی

الناظر اصغرخانی مدیر فروش بیمه عمر و تأمین آتیه کد ۹۰۹-۴۲۹ با حضور در همایش دامپزشکی که به میزبانی اداره کل دامپزشکی آذربایجان غربی برگزار شده بود اقدام به ارائه توضیحاتی در خصوص بیمه های عمر و تأمین آتیه پرداخت و شرکت کنندگان در این همایش از این پوشش بیمه ای استقبال نمودند.

گفتنی است مدعین در این همایش از مزایای بیمه های عمر و تأمین آتیه مطلع شدند و از این پوشش بیمه ای برای خود و خانواده های شان بهره مند گردیدند.

## حضور بیمه پاسارگاد در نمایشگاه بین المللی کتاب تهران

فهیمه نظامی نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آتیه کد ۲۱۷۷۴ با حضور در نمایشگاه بین المللی کتاب در شهر آفتاب حضور یافت.

حضور فعال این نماینده در نمایشگاه کتاب از طریق برپایی غرفه اختصاصی بیمه پاسارگاد با همراهی ۱۴ نفر از نمایندگان فروش این بیمه نامه همراه بود.

بازدید کنندگان از نمایشگاه کتاب تهران با استقبال از مزایای بیمه نامه عمر و تأمین آتیه از پوشش عمر و تأمین آتیه بهره مند شدند.

## غرفه اختصاصی بیمه پاسارگاد در نمایشگاه بهاره بروجرد

محمد سرمیلی نماینده کد ۴۲۴۶ با برپایی غرفه اختصاصی بیمه پاسارگاد در نمایشگاه بهاره شهرستان بروجرد حضور یافت.

این نماینده کوشایی به همراه تنسی چند از نمایندگان فروش بیمه عمر و تأمین آتیه بازدید کنندگان از نمایشگاه بهاره را با مزایای انواع بیمه نامه های بیمه پاسارگاد آشنا نمودند و هدایای نیز به این عزیزان اهدا کردند.



## ارتباطات در محیط کار

کارمندان همواره خواهان یک ارتباط مصدقانه با مدیران خود هستند. اما حقیقت آن است که تعداد کمی از آنها به هدف خود دست پیدا نمی‌کنند.



با نظرسنجی از ۱۰۰ کارمند تمام وقت در پاسارگاد  
متوجه امریکا در رابطه با کیفیت ارتباطات محیط کارشناسان  
مشخص شد که تعداد قابل توجهی از شرکت‌های تجاری در  
آمریکا از مشکلات پیمایی در خوزه بجاد و رابطه سالم و  
منصفانه میان مدیران و کارکنان شان برخوردارند.

آنها ۱۵ درصد از کارمندان معتقدند شرکت تجاري که در  
آن فعالیت می‌کنند توانسته ارتباط مناسبی میان کارکنان  
و مدیران برقرار نماید.

نها ۱۵ درصد از کارمندان معتقدند شرکت تجاري که در  
آن فعالیت می‌کنند توانسته ارتباط مناسبی میان کارکنان  
و مدیران برقرار نماید.

### ۸۱ درصد از کارمندان ترجیح می‌دهند براي

شرکتی کارکنند که در آن ارتباطات سالم و قابل قبولی  
میان کارکنان و مدیران وجود داشته و این رابطه سازنده را  
به مزایای نظری خدمات درمانی گستردۀ، غذای رایگان و  
عضویت در باشگاه ورزشی ترجیح می‌دهند.

وجود یک ارتباط سالم و منصفانه میان کارکنان و مدیران  
در شرکت شما چقدر برای کارمندان تان مهم است؟

نتایج نظرسنجی‌های موجود بیانگر آن است که برای کارمندان یک استراحت  
۱۵ دقیقه‌ای در طول هفتنه از اهمیت پیشتری نسبت به دریافت یک پاداش خوب  
و قابل توجه برخوردار است.

۴۰ درصد از کارمندان متولد هزاره سوم معتقدند  
مدیرانی که در زاده سال ۱۹۵۱ تا ۱۹۶۰ متولد هزاره سوم  
اجتماعی نداشته و نمی‌داند که امروزه مردم  
چونه با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند.

۴۲ درصد از مدیران معتقدند  
کارمندان جوان‌تر برای ارتباط نهاده از  
اپلیل و یا بنک اسناکه می‌دانند و به دردت از  
کارمندان جوان‌سان که در زاده سال ۱۹۷۴ تا ۱۹۸۳  
کوئی تلفن رایج یافت و نهادن نظر برای حل  
برخوردارند، هرگز می‌توانند عجیل و سود را  
مشکلات موجود استفاده می‌کنند.

### مشکل شماره ۱: شکاف نسلی

مدیرانی که از دو نسل پیش می‌آیند، همواره با کارکنانی که متولد  
هزاره سوم هستند در زمینه شیوه‌های برقراری ارتباط سازمانی  
میان کارمندان و مدیران دچار اختلاف نظر هستند.

### بزرگترین و عمده‌ترین مانع موجود بر سر راه برقراری یک ارتباط سالم و منصفانه میان کارمندان و مدیران چیست؟

۱۵ درصد از کارکنان به کمبود شفاقت

در میان مدیران رده بالا به عنوان یکی از  
عوامل مهم عدم ایجاد یک ارتباط منصفانه  
اشارة می‌کنند.

۲۴ درصد از کارمندان معتقدند مشکله

مدیران آنها بسیار زیاد بوده و این موضوع  
مانع ایجاد ارتباط مود نیاز میان آنها  
نمی‌شود.

۲۳ درصد نیز می‌گویند مدیران شان  
از مهارت‌های لازم جهت برقراری ارتباط  
برخوردار نیستند.

## راه حل چیست؟

از میان برداشت شکاف نسلی



### ساده کردن ارتباطات

۷۰ درصد از کارمندان مایلند نظرات، ایده‌ها و اطلاعات خود را

از طریق یک پلتفرم تحت وب با مدیران شان در میان بگذارند.

## طبیعت گردی بیمه پاسارگاد در جنگل‌های ارسباران و قله نرو



هرچندین در سفر دیگر این گروه طبیعت گردی با حرکت به طرف جاده  
فیروزکوه و گذر از روستای سنگده به قرارگاه کوهستانی وارد شده و با حضور  
در جنگل‌های راش، مسیر کوهپیمایی خود را آغاز کردند.  
منتظر بسیار زیبای جنگل‌های راش مازندران در مسیر صعود به قله نرو  
این گروه را همراهی کرده و در نهایت پس از طی مسیر گروه طبیعت گردی  
بیمه پاسارگاد به ارتفاع ۳۶۰۰ متری این قله صعود کردند.

گروه طبیعت گردی و کوه نوردی بیمه پاسارگاد با هدایت مشهد بجهت  
نماینده کد ۱۰۴۰ در روزهای بهاری خردماه طی سفرهای برنامه‌ریزی شده در جنگل‌های  
arsbaran طبیعت گردی کرده و در روزهای تابستانی و گرم تیر ماه با پیمایش در  
جنگل‌های راش مازندران به قله نرو صعود کرددند.  
در سفر به جنگل‌های ارسباران با حرکت به سمت شهر تبریز پس از بازدید از  
دربابک خرمدین به سمت پارک جنگلی ارسباران رسیدند و باورود به جنگل‌های  
arsbaran و با طی مسیر از رود ارس سفر خود را ادامه دادند.

## حضور شعبه میاندوآب در مسابقات فوتسال استانی

جمعی از همکاران شعبه، نمایندگان و شبکه فروش بیمه عمر و تأمین آتیه  
در مسابقات فوتسال جام رمضان شهرستان میاندوآب حضور یافتدند.  
تیم بیمه پاسارگاد شعبه میاندوآب با تلاش بی وقفه تام‌حله یک چهارم نهایی  
این مسابقات حضور داشت.



## حضور تیم فوتسال بیمه پاسارگاد در مسابقات قهرمانی شهرستان دلنده (استان گلستان)



احمد فیروزیان نماینده کد ۳۴۷۶ شهرستان دلنده با تشکیل تیم فوتسال  
بیمه پاسارگاد اقدام به برگزاری مسابقات جام رمضان یادواره جان  
باختگان معدن زمستان یورت آزادشهر نمود.

این تیم پس از شکست حریفان به فینال مسابقات صعود کرده و در  
بازی فینال توانست عنوان نائب قهرمانی این دوره از مسابقات را کسب  
نماید.

گفتگویی است جوایزی به رسم یادبود توسط شعبه گنبد کاووس به  
اعضای این تیم تقدیم شد.