

آینه پاسارگاد

زادروز مشعل هماره افروخته عدالت، مولا علی و بانوی آب و آینه حورای مرضیه فرخنده باد



عید روزی است که در آن گناه نشود امام علی (ع)

آدم‌ها

آدم‌هایی هستند در زندگی تان نمی‌گوییم خوبند یا بد...
چگالی وجودشان بالاست

افکار، حرف زدن، رفتار، محبت داشتن شان
و هر جزیی از وجودشان امضادار است....

یادت نمی‌رود «هستن‌های شان را بس که حضورشان پرونگ است
رد پا حک می‌کنند این‌ها، روی دل و جانت بس که بلند» باشند

این آدم‌ها را باید قدربدانی و گرنده دنیا پر است
از آن دیگرهای بی‌امضایی

که شیب منحنی حضورشان، همیشه ثابت است!
بعضی از آدم‌ها ترجمه شده اند

بعضی از آدم‌ها فتوکپی آدم‌های دیگرند

بعضی از آدم‌ها با چند درصد تخفیف به فروش می‌رسند

بعضی از آدم‌ها فقط جدول و سرگرمی دارند

بعضی از آدم‌ها خط خوردگی دارند

بعضی از آدم‌هارا چند بار باید بخوانیم تا معنی آن‌ها را بفهمیم
بعضی از آدم‌ها را باید نخوانده کنار گذاشت

از روی بعضی از آدم‌ها باید مشق نوشت

از روی بعضی از آدم‌ها جریمه !!!

نیاز نیست انسان بزرگی باشیم

انسان بودن خود نهایت بزرگی است

می‌توان ساده بود ولی انسان بود

به همین سادگی

قیصر امین پور

www.pasargadinsurance.ir



پیام تبریک نوروزی مدیر عامل



انجام افزایش سرمایه پیشنهادی هیأت مدیره از مبلغ ۵۵۱ میلیارد ریال به ۴۰۳ میلیارد ریال (بالغ بر ۲۵۱ میلیارد ریال معادل ۱۰۰ درصد سرمایه کنونی) از محل سود اینشانه و اندوخته سرمایه ای پس از اخذ مجوز از سازمان بورس و اوراق بهادار و بیمه مرکزی جایران و طی تشریفات لازم و حداکثر ظرف مدت ۲ سال و تصویب اساسنامه جدید شرکت بر اساس نمونه مورد تأیید بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران و سازمان بورس و اوراق بهادار از مهم ترین دستاوردهای بیمه پاسارگاد در سال ۱۳۹۷ محسوب می شود.

شرکت بیمه پاسارگاد عملیات اجرایی پروژه ساختمن مرکزی خود در زمینی به مساحت ۲۰۴۶ متر مربع و در ۱۷ طبقه در خیابان میرداماد- خیابان دامن افشار را اغاز کرد و پیش بینی می شود این پروژه در مدت ۳۶ ماه احداث و بهره برداری شود. طراحی معماری ساختمن مذکور منتج از مطالعه ساختار، چشم انداز و ماهیت شرکت بیمه پاسارگاد است و طراحان پروژه علاوه بر رعایت مسائل فنی، اقتصادی و اجتماعی کوشش دارند تا کاربری و عملکرد ساختمن را بین در طراحی دخالت دهند.

این شرکت با اتسکا، به فعالیت مدیران، همکاران و نمایندگان توانمند موفق شده است در سال جاری افتخارتی را کسب نماید که گوشه ای از این اختخارات به شرح زیر است:

کسب سطح یک توافقنامه مالی مؤسسات بیمه با نسبت توافقنامه ۱۲۲ درصد طبق ارزیابی صورت های مالی مصوب سال ۱۳۹۶ توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ۲۰ پله ارتقاء و کسب رتبه ۶۱ در بیست و یکمین سال تدوین فهرست شرکت های برتر توسط سازمان مدیریت صنعتی برای عملکرد سال ۱۳۹۶ شرکت های بزرگ ایران، کسب رتبه شفاف ترین ناشر فرابورسی با توجه به احراز بالاترین امتیاز در شاخه اطلاع رسانی از سوی سازمان بورس و اوراق بهادار، دریافت گواهینامه « اولین جایزه مدیریت دانش » در کنفرانس بین المللی مدیریت دانش با رویکرد توسعه، دریافت لوح تقدیر کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با حمایت از تولید ملی، دریافت تدبیس همایش ملی کارآفرینان مسئولیت پذیر با محور مشارکت بین بخشی و تشویق نهادهای اجتماعی و بنگاه های اقتصادی برای حضور مؤثر در جهت ارتقاء سطح کارآفرینی جامعه، دریافت تدبیس دومین جشنواره ملی صنعت سلامت محور با رویکرد " ارتقای سلامت محصولات و خدمات " با چشم انداز پیشورد

بهار طبیعت از راه می رسد و صحنه جهان آینه تمام نسای قدرت خداوندی می شود. نوروز ۱۳۹۸ و فرارسیدن سال نو و بهار پربرطرافت را که نشانه تجدید حیات طبیعت است به تمام همکاران در گروه مالی پاسارگاد تبریک و تهنیت عرض نموده و سالی سرشار از برکت و معنویت از درگاه خداوند متعال برای شما عزیزان مستلت دارم.

بیمه پاسارگاد مفتخر است به پشتونه کرامات خداوندی و همت والی پاسارگادیان، گام هایی استوار در تحقق اهداف و طرح های متعالی بردارد و مثل همیشه با خدمتی سرشار از عشق و مهرب و منکری بر شعار « آرامش شما، هدف ما » در چشم اندازی نزدیک، اعتباری گران منگ از اعتماد هم میهنان را بدست آورد.

۱۰ عاملی که مانع از تعمیم گیری درست و هوشمندانه می شود

فراهم آوردن تسهیلات لازم برای پرداخت غیرحضوری حق بیمه توسط بیمه گذاران به صورت پرداخت اینترنتی و پرداخت از طريق دستگاه خودپرداز و تلفن همراه، دستیابی به تولید حق بیمه مناسب و منطقی در انواع رشته های بیمه زندگی و غیر زندگی با تأکید بر طراحی و عرضه محصولات جدید بیمه ای و ورود به بازارهای نوین، افزایش طرفیت و ارتقاء کیفیت خدمات شعبه های فعلی و راه اندازی شعبه های جدید مورد نیاز برای رسیدن به حداقل ۸۶ شعبه فعل، اعطای نمایندگی و اجازه فعالیت به نمایندگان جدید در تهران و شهرستان ها، دعوت به همکاری از همکاران کارآزموده و جوان، برگزاری دوره های آموزشی برای همکاران، نمایندگان و بازاریابان، افزایش سرمایه به منظور حفظ نسبت توافقنامه مالی و شهربستان ها، دعوت به همکاری از همکاران کارآزموده و جوان، برگزاری دوره های آموزشی برای همکاران، نمایندگان و بازاریابان، افزایش سرمایه به منظور حفظ نسبت توافقنامه مالی شرکت، برنامه ریزی و مدرن سازی سیستم های نرم افزاری جهت یکپارچه سازی سیستم های غیر بیمه گری، طراحی و برنامه نویسی در جهت اجرای طرح طبقه بندی مشاغل، راه اندازی نرم افزار جامع آموزشی جهت مدیریت هدفمند و بهینه دوره های آموزشی بر اساس شرح مشاغل، ایجاد مرکز مجازی مدیریت دانش جهت حفظ و نشر دانش درون نگاهی به واژه نامه تحریحی بیمه

تعریف ای برای فردا

۱۸ کسب و کاری که بزودی نایاب می شود

۱۹ « گریه » منظم ترین بازاریاب جهان

۲۰ مدیریت کیفیت جامع

۲۱ خانه پوشالی

۲۲ نگاهی به واژه نامه تحریحی بیمه

۲۳ تعریف ای برای فردا

۲۴ آموزه های مدیریتی (دزدی ملایم)

۲۵ نوروز، در تاریخ و تقویم

۲۶ هفت سین یادگار گون مردم ایران زمین

۲۷ اصل حد اعلاء حسن نیت، بیل ارتقاء بیمه گرو و بیمه گذار

۲۹ دریجه ای رو به شب و نمایندگی ها

به چه می اندیشی؟
نگرانی بیجاست...
عشق اینجا و تو اینجا و خدا هم اینجاست
سهراب سپهری



ماهنشامه بیمه پاسارگاد

مدیر مستول : فرامرز روحانی
مدیر داخلی : عبدالوهاب جاذبی
مسئول هماهنگی و اجرا : سارا ابراهیمی
تحریریه : حمیده زمانی، ماهرخ السادس راستی
نشانی : تهران، خیابان دکتر فاطمی، نیش هشت بهشت، شماره ۲

تلفن روابط عمومی : ۸۸۹۸۳۵۳۱-۲

ماهنشامه آینه پاسارگاد، آینه ای برای انعکاس دستاوردهای پاسارگادیان

همکاران، نمایندگان، کارگزاران و خوانندگان عزیز ماهنشامه می توانند با ارایه مقاله، تأثیف، گردآوری و آثار ادبی و هنری خود حامی ما در تهیه و تدوین نشریه باشند.
ماهنشامه آینه پاسارگاد در ردیا قبول آثار و مطالب مختار است و مسئولیت مفاهیم مطالب جاپ شده در ماهنشامه بر عهده شخص ارسال کننده می باشد. همچنین مطالب فاقد مشخصات و مبنای غیر قابل دسترسی قابل درج نمی باشند.
علاوه بر این 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 مدیران ارشد شرکت برداشتند.



اعطای لوح تقدیر جایزه مسئولیت اجتماعی مدیریت به بیمه پاسارگاد



سومین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با حمایت از تولید ملی در بستر اقتصاد مقاومتی سخنرانی کرد وی با اشاره گفتنی است، بیمه پاسارگاد طی سال های فعالیت خود با پیشرفت ملی از شبکه گسترش فروش، رقابت در فضای کسب و کار بینگاه های اقتصادی تعیین شد.

همچنین مراسم اعطای سومین جایزه مسئولیت اجتماعی مدیریت، در تاریخ ۲ و ۳ بهمن، با حمایت بانک پاسارگاد در دانشگاه خاتم برگزار شد.

امهیت است. چراکه یک ملت با فرهنگ سازمانی با حمایت از تولید ملی را بهتر پیش ببرند. وی با اشاره به این موضوع که قطعاً فرهنگ سازمانی و سرمایه انسانی که دو مقوله جدایی ناپذیر از هم هستند، از زمان پیدایش و فعالیت بانک پاسارگاد، بزرگ ترین سرمایه این بانک است ادای این مسئولیت بینگاهی، توانایی بینگاه در پیش بینی است. در حقیقت توانایی در پیش بینی ضربه های اجتماعی و بینگاه های اقتصادی تهدیدات، اقدامات انسان دوستانه و عملکرد مناسب در زمینه مسئولیت های اجتماعی، به این شرکت اعطا شده است.

در این کنفرانس که با حضور استادان و کارشناسان، دانشجویان و فضلان حوزه فرهنگ سازمانی برگزار شد، مطالب بسیار کاربردی توسط مدیران و استادان در خصوص موضوع کنفرانس، پژوهش های صورت گرفته و تجربیات سازمان های مختلف در این حوزه مطرح شد. همچنین تهدید و توانایی رقابت ما را زائل کنند که در نهایت به نابودی ما ختم خواهد شد. این مفاهیم برگرفته از اقتصاد مقاومتی هستند. امروز شاهد هستیم بسیاری از بینگاه های مطرح و بزرگی که پیش از این بخش وسیعی از بازار را در اختیار داشته اند، دیگر مطرح نیستند و با معافون زیس جمهور؛ نیازمند یک تحول اساسی در رفتارهای سازمانی دستگاه های دولتی هستیم.

دکتر جمشید انصاری معافون رئیس جمهور و رئیس سازمان اداری و استخدامی کشور ضمن شکست مواجه شده اند. به نظر می رسد دلیل آن این است که این بینگاه ها نتوانستند خود را برای مقابله با ضربه های آمده کنند.

رئیس دانشگاه خاتم افزود: به عنوان مثال رقابت، یک ضربه است که دانشگاه حال مشت زدن ایجاد تغییرات اساسی در نظام های اداری، مناسب با تغییراتی که در این میانی و نوع نگاه مان به مسائل داریم، به سراغ این برویم که در راستای ارزش های سازمانی و رفتارهای جمعی به سازمان است. مدیران ما در بانک پاسارگاد همواره مراقب این هستند که از بازار رقابتی ناسالم برنامه ریزی کنیم. وی ادامه داد: در تمام حوزه ها بخش دولتی بزرگ ترین سازمان ها را دارد و تمام سازمان های دولتی به صورت روزمره در رفتارهای بینگاه های خصوصی ما اثر می گذاردند و تمام اجرای اقتصاد و سازمان هایی که در حوزه های غیردولتی کار می کنند از عدم مسئولیت پذیری کارآفرینان در سطح فردی و سازمانی از جمله موضوعات مهم ارزیابی عملکرد مسئولیت پذیری کارآفرینان در جهت ارتقاء سطح کارآفرینی جامعه و با رویکرد نقش بینگاه های کارآفرین در پایداری و توسعه کسب و کار به معصوم ضمیری مدیرعامل بیمه پاسارگاد اها داشد.

این همایش با همکاری و حمایت وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان فنی و حرفه ای کشور، اتحادیه سراسری بینگاه های اقتصادی و تعاون کشور، خانه صنعت، معدن و تجارت استان تهران و ... در روز سی ام دی ماه سال جاری در مرکز همایش های سازمان مدیریت صنعتی کشور برگزار شد.

براساس گزارش های دریافتی، بینگاه در پیش بینی از این همایش تأثیرگذاری در اقتصاد ملی، با هدف گسترش

جهش ۲۰ پله ای بیمه پاسارگاد در بین ۱۰۰ شرکت برتر کشور



در تازه ترین رتبه بندی سازمان مدیریت صنعتی کشور که به معرفی شرکت های برتر ایران در سال ۱۳۹۶ اختصاص دارد، بیمه پاسارگاد در دوازدهمین سال فعالیت خود با جشن توائیت جایگاه خود را در بین شرکت های برتر کشور ۲۰ پله بهبود بخشید. بر اساس گزارش های دریافتی، سازمان مدیریت صنعتی براي بیست و یکمین سال متولي، فهرست شرکت های برتر کشور را براساس سال مالي ۱۳۹۶ با حضور مقامات، مدیران سازمان مدیریت صنعتی از سال ۱۳۷۷ رتبه بندی شرکت های برتر ایران راه ساله انجام داده است. این رتبه بندی با الهام از رسالت سازمان با فراهم نمودن آمار و اطلاعات شفاف و مفید در مورد بنگاه های اقتصادی کشور، فضای روش تری از کسب و کار اقتصادی کشور ارائه می دهد و به مدیران بنگاه های اقتصادی، سیاست گذاران و پژوهش گران، یاری می رساند تا شناخت و درک شرکت بیمه پاسارگاد با ۲۰ پله ارتقاء، در بیست و یکمین سال تدوین فهرست شرکت های برتر که توسط سازمان مدیریت صنعتی برای عملکرد سال ۱۳۹۶ شرکت های بزرگ ایران صورت گرفت، رتبه ۶۱ را کسب نمود. این شرکت از نظر میزان فروش/درآمد با فروش ۱۹۹۳۱.۸ میلیارد ریالی، رتبه خود را از ۸۱ به ۶۱ ارتقاء داد.

گفتنی است، بیمه پاسارگاد طی سال های فعالیت خود با پیشرفت ملی از شبکه گستره فروش، رقابت در فضای کسب و کار بینگاه های اقتصادی «تغییر می شود.

تقدیر از مدیر عامل بیمه پاسارگاد در همایش ملی کارآفرینان مسئولیت پذیر



تدبیس همایش ملی کارآفرینان مسئولیت پذیر با محور مشارکت بین بخشی و تشویق نهادهای اجتماعی و بنگاه های اقتصادی برای حضور مؤثر در جهت ارتقاء سطح کارآفرینی جامعه و با رویکرد نقش بینگاه های کارآفرین در پایداری و توسعه کسب و کار به معصوم ضمیری مدیرعامل بیمه پاسارگاد اها داشد.

این همایش با همکاری و حمایت وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان فنی و حرفه ای کشور، اتحادیه سراسری بینگاه های اقتصادی و تعاون کشور، خانه صنعت، معدن و تجارت استان تهران و ... در روز سی ام دی ماه سال جاری در مرکز همایش های سازمان مدیریت صنعتی کشور برگزار شد.

براساس گزارش های دریافتی، بینگاه در پیش بینی از این همایش تأثیرگذاری در اقتصاد ملی، با شرایط حاکم بر اقتصاد کشور و وجود رکود نرمی که تأثیر مستقیمی بر عملکرد بنگاه های اقتصادی دارد با هدف تشویق مدیران کارآفرین به حفظ مسئولیت های فردی، اجتماعی، اقتصادی، کاهش آسیب های ناشی از عدم مسئولیت پذیری مدیران کارآفرین در راستای پیش فضای کسب و کار، رشد و توسعه برنامه های آموزشی و تحقیقاتی و بسترسازی و تقویت زمینه انتقال تجربیات کارآفرینان برتر در جهت نهادهای اقتصادی که در این میانی و نوع ایجاد تغییرات اساسی در نظام های اداری، مناسب با تغییراتی که در این میانی و نوع نگاه مان به مسائل داریم، به سراغ این برویم که در راستای ارزش های سازمانی و رفتارهای جمعی برname ریزی کنیم. وی ادامه داد: در تمام حوزه ها بخش دولتی بزرگ ترین سازمان ها را پولی که ایجاد شده است ضربه نخورند. در این مسیر حتی یک روز رانیز ناید از دست بدنه چون مشخص نیست که در اینده توائیت آن یک روز را جبران کرده و از آسیب های احتمالی آن جلوگیری کنند.

مدیر عامل بانک پاسارگاد تصریح کرد: خواسته یک بنگاه مقاوم، بازگشت به بالندگی و تداوم را تحت تأثیر قرار می دهد. از این رو اگر بهبود روشی ها و رفتارهای سازمانی و نیروی انسانی در پیشبرد اهداف بند ۲۰ اقتصاد مقاومتی است. با در نظر گرفتن این که مسئولیت پذیری سازمانی یکی از اینزای های پیشرفت اقتصادی است و حرکت در جهت تقویت آن موجب تأثیر متفاوت توائیپی پیش بینی ضربه های مخرب ساخت و هویت بنگاه توائیپی یادگیری از تجربه های نتایج نهایی برستند.

رئیس انجمن مدیریت ایران: بزرگ ترین سرمایه بانک پاسارگاد، فرهنگ سازمانی و سرمایه انسانی آن است دکتر مجید قاسمی رئیس انجمن مدیریت ایران و رئیس شورای سیاست گذاری کنفرانس در توسط سرمایه انسانی صورت می گیرد.

تشویق کارآفرینان به حفظ مسئولیت های فردی، اجتماعی و اقتصادی، کاهش آسیب های ناشی از عدم مسئولیت پذیری کارآفرینان در سطح فردی و سازمانی از جمله موضوعات مهم ارزیابی عملکرد مسئولیت پذیری کارآفرینان، رشد و توسعه برنامه های آموزشی و تحقیقاتی، بسترسازی و تقویت زمینه انتقال تجربیات کارآفرینان در جهت نیل به عدالت اجتماعی و توانمندی از جمله موضوعات مهم در پیشبرد اهداف بند ۲۰ اقتصاد مقاومتی است. با در نظر گرفتن این که مسئولیت پذیری سازمانی یکی از اینزای های پیشرفت اقتصادی است و حرکت در جهت تقویت آن موجب تأثیر متفاوت توائیپی پیش بینی ضربه های مخرب ساخت و هویت بنگاه توائیپی یادگیری از تجربه های می تقویت مسئولیت پذیری کارآفرینان می شود. از این زمانی ریزی کارآفرینی و توسعه فرهنگ کارآفرینی و تعاون از اهداف هدف های سازمانی البته با مدیریت صحیح می باشد چرا که در شرایط حاضر کشور برگزاری این همایش بر شهرده شد.



با اجرای طبقه بندی مشاغل که اساس آن اعمال امتیاز به شاغل و شغل می‌باشد تمامی همکاران بر حسب امتیاز‌های مكتتبه در گروه‌های شغلی ۲۰ گانه (با توجه به مشاغل و سوابق محدود اتفاقات محسوسی رخ داده است. اگر امکان دارد به عنوان خاتمه این مصاحبه جمع بندی مختص‌تر داشته باشد.

نیز شامل دو بخش عمده (مزد شغل و فوق العاده پست) می‌باشد که به تأیید مراجع قانونی از لطف جنابعالی تشرک می‌کنم ولی تأکید دارم آنچه شما به عنوان اتفاقات محسوس اشاره رسیده است. هر فرد با توجه به عوامل فردی و شغلی از امتیاز مشخصی برخوردار می‌باشد. می‌نمایید ارتیاطی به بنده ندارد این حقیر در حد توافق ایفای وظیفه می‌نماید. ولی باید توجه داشت مجموعه شرایط حاکم بر فضای کسب و کار، الزامات و راهکارهای خود را می‌طلبد می‌شود. در صورتی که حقوق بعد از اجرای طرح بیشتر از قبل آن باشد مناسب با مدت همکاری با شرکت از مابه التفاوت محاسبه شده تحت عنوان فوق العاده اجرای طرح به صورت اجرای طرح باشد مابه التفاوت محاسبه شده تحت عنوان فوق العاده اجرای طرح به صورت همکاران کلیدی و عملیاتی ... باشد.

رقم ثابت ریالی در حکم اعمال شده و به هیچ عنوان در سال‌های بعد مستهلك نمی‌شود و خوشبختانه هم‌مانع موضوعات مذکور منتج به این گردید که در راستای اصلاح اساسنامه شرکت و انتساب با آینه‌نامه حاکمیت شرکتی و همچنین تعريف و تدوین شرح مشاغل و راهکارهای سازمانی، نمودار سازمانی شرکت نیز مورد بازنگری قرار گیرد و نهایتاً مجموعه می‌شود.

در بخش فوق العاده پست نیز با کمی تفاوت همین موضوع صادق می‌باشد با این توضیح در گام اول نمودار سازمانی بازنگری شد و با پیش‌بینی تفکیک هیأت مدیره از هیات عامل در انطباق شرایط بعد از اجرای طرح در صورتی که هر یک از همکاران مشمول فوق العاده پست بیشتری شود، رقم جدید در حکم آن‌ها اعمال می‌شود و در صورتی که این مبلغ اقدامات هم‌مانع انجام گذیرد.

کاهش یافته باشد تفاوت آن به عنوان فوق العاده شغل در احکام کارگزینی لحاظ می‌شود و برخلاف حقوق هر دو بخش مناسب با افزایش ضريب سالانه افزایش می‌باشد. نکته دیگری که شاید لازم باشد اضافه کنم تغییر عنوان معاون اداره به کارشناس مسئول معمول، بخشی از وظایف بازارشناصی و توسعه فعالیت‌ها به این معاونت محلول گردید. معاونت مالی و اداری که وظایف پشتیبانی را بر عهده داشت با تفکیک به عنوان حقوق و مزايا نمی‌باشد و صرفاً یک تغییر عبارت است که با توجه به خواص طبقه بندی مشاغل اعمال تقویت بخش سرمایه‌گذاری و پایش اطلاعات و تحلیل عملکرد به معاونت اقتصادی و پشتیبانی فرهنگ انجام داده است که در ادامه آن را بیان می‌گیریم:

آقای مرید پور به عنوان معاون اقتصادی و پشتیبانی مدیرعامل لطفاً درخصوص ضرورت اجرای طبقه بندی مشاغل توضیحاتی ارائه فرماید.

آقای فرهنگ‌نفر به این که صدور احکام و انتساب و وضعیت همکاران به عنوان دبیر کمیته طبقه بندی مشاغل باشند در حد امکان، امری از نتایج طبقه بندی مشاغل ارائه نمایید.

دوین مرحله در این زمینه بازنگری اساسنامه و تصویب اساسنامه جدید منطبق با نمونه مورد پسند نیز نه به عنوان یک عضو اجرایی طرح بلکه از منظر کارشناسی با توجه به ارتباط توگرگی مالی از طریق افزایش سرمایه می‌باشد که این موضوع در جلسه مجمع عمومی فوق العاده امور معیشتی همکاران تشرک می‌نمایم. با اجرای این طرح عملاً ۸۸۸ نفر از همکاران شاغل در پایان سال ۱۳۹۶ که مبنای محاسبات مذکور می‌باشد و همچنین ۵۷ نفر نیروی جذب شده در سال سومین مرحله، همین اجرای طبقه بندی مشاغل بود که با لطف خداوند و درایت مسئولین جاری، از مزایای اجرای طرح بهره مند می‌شوند. از این تعداد همکاران حدود ۸۷۴ نفر و پیگیری مشاور فنی موقوف به کسب تأییدیه وزارت کار شد و از تاریخ ۱۳۹۷/۱۰/۰۴ تصویب و پس از تأیید مراجعت قانونی به ثبت رسید.

مشمول ماهه التفاوت قیل از سال ۱۳۹۶ (۱۳۹۶ تا ۱۳۹۷) و ابتدای سال ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۷/۱۲/۰۱ می‌باشد

با توجه به توضیحات آقایان مریدپور و فرهمند، به نظر می‌رسد اجرای طرح از موقفيت قابل ملاحظه ای برخوردار می‌باشد لیکن این امر گام اول در تثبیت سرمایه انسانی شرکت است و کارشناسی می‌باشد. با اجرای طرح عملاً حدود ۲۵ نفر مشمول افزایش مجموع حقوق و قطعاً نمی‌تواند خالی از اشکال باشد. مشارکت و همکاران بهترین رهنمون این معاونت مزایا نمی‌باشد و به طور متوسط مدیران حدود ۱۶٪ درصد و همکاران ۹/۸ درصد افزایش حقوق و سطوح عالی شرکت می‌باشد که امید است همکاران محترم ما را از نظرات ارزشمند خود و مزایا داشته‌اند. سطح عمومی حقوق ها افزایش داشته و حداقل حقوق شرکت از حدود بی بهره نگذارند.

نقاضاً می‌شود روابط عمومی به نحو مناسب این نظرات را جمع آوری نموده و یا روش مناسبی

جهت ارتیاط مستقیم با همکاران فراهم نماید تا این مهم قرین به اجرا گردد.

۱۲ میلیون ریال به ۱۵ میلیون ریال افزایش یافته است.

تشريح طبقه بندی مشاغل در گفتگو با اعضای کمیته اجرایی



با گذشت ۱۲ سال از تأسیس و شروع فعالیت شرکت بیمه پاسارگاد و هم‌مان با تاریخ صدور اولین بیمه نامه شرکت (۱۳۸۵/۱۰/۱) طرح طبقه بندی مشاغل همکاران از تاریخ اول اسفند ماه ۱۳۹۷ با صدور احکام کارگزینی همکاران وارد مرحله اجرایی شد. در همین زمینه «آینه پاسارگاد» به منظور تشکیل کمیته طبقه بندی مشاغل، شناخت و تدوین و تصویب مشاغل و شرایط احرار، محاسبه آشنازی بیشتر همکاران با ابعاد اجرای این طرح گفتگویی با آقایان سید مرتضی حسنی عقداً، مریدپور و ضرایب حقوقی و ... با کسب تأیید وزارت کار اجرایی شده است.

آقای مرید پور به عنوان مشاور فنی طرح در رابطه با ابعاد فنی و انتساب آن با استانداردهای موجود و مقایسه با شرکت‌های مشابه در صنعت بیمه توضیحاتی ارائه نمایید.

همانگونه که معاون محترم اشاره کردند درخصوص ضرورت اجرای طرح هیچ ابهامی وجود ندارد و در واقع یک الزام قانونی برای شرکت‌هایی با این تعداد نیروی انسانی وجود دارد لیکن همکاری و همدلی مسئولین و کارشناسان شرکت بیمه پاسارگاد در مقایسه با هیأت مدیره و مثال زدنی می‌باشد. به عنوان نمونه و شاهد مثال برای این ادعایی نتوان به سرعت پیگیری اجرای فرایندها به نحوی که تا قبل از پایان سال این مهم انجام شده و مسئولین دریافت ما نماییم. همانگونه که استحضار دارید به منظور رعایت حقوق همکاران یکی از مهم ترین وظایف هیأت مدیره شرکت مطابق ماده ۴۳ اساسنامه، تدوین و تصویب آینه نامه استخدامی به

لیکن باید توجه داشت چارچوب‌های قانونی برای این طرح وجود دارد که در هر صورت لازم الرعایه می‌باشد. به عنوان مثال برای این هدف اجرای طرح در قانون افزایش حقوق و مزايا نمی‌باشد بلکه تناسب حقوق و مزايا با توجه به وظایف و رعایت عدالت می‌باشد

استقرار نظام ارزیابی و طبقه بندی مشاغل با استفاده از استاندارد مشاغل و عرف مشاغل در



۱۰ عاملی که مانع از تصمیم گیری درست و هوشمندانه می‌شود



- گردآورنده: راضیه بنی هاشمی**
معاون اداره نظارت بر امور شعب و نمایندگان منطقه ۵
- که از احترم طلبی به دست می‌آید خلیلی به طول نصی لجه‌د و متع رشد و پشرفت مان
که از احترم طلبی به دست می‌آید خلیلی به طول نصی لجه‌د و متع رشد و پشرفت مان
- (۱) ترس و دودلی
هر یک از تصمیم گیری ها ابعاد متعددی داردند. همین ابعاد باعث ایجاد ترس هایی برای فرد
می شود. مواجهه با چالش ها و توانایی حل مسائل، ما را در مسیر موقوفیت قرار می دهد.
توانایی های خود، به دنبال مواردی جدید باشید. مزیت این اقدام این است که به عنوان معرف برند شما
فعالیت کرده و در ازای آن امتیازات را دریافت کنید.
- برای رها کردن تردید در تصمیم گیری باید از خود بپرسید دقیقاً از چه چیزی می ترسید؟
و قصی عجله می کنیم، به این نتیجه می رسم هیچ توانایی نداریم. در این شرایط، باید خود
وجود موارد مشابه، تائیر اولیه اقدام شما افزایشی چشمگیر را تجربه خواهد کرد.
- در واقع این امر که بخواهد با همه افراد رفتاری یکسان را داشته باشید، بدون شک وقت و
هزینه شما را هدر خواهد داد. در واقع لازم است تا همواره بازخوردها را مورد ارزیابی قرار داده و
با این اقدام افرادی را که مستعد خوبی بیشتری هستند و یا می توانند به برند شما کمک
بیشتری را کنند، شناسایی کنید. در نهایت قرار دادن مخاطبان در دسته بندی های مختلف
باعث خواهد شد تا بتوانید برنامه ریزی بپردازی را برای کسب نتایج بیشتر داشته باشید.
- از طولانی شدن پیام بپرهیزید
امراها بیانگر آن است که افراد برای خواندن بیش از ۹۰ دقیقه پیام های خود کمتر از سه دقیقه
محتوا ایجاد کنید
- زمان می گذارند. به همین خاطر نیز نباید از تبلیغ خود انتظار داشته باشید که تمامی اطلاعات
را در اختیار مخاطب قرار دهد. در این زمینه بازبینی و اصلاح چندباره متن و هدف گذاری
درست برای پیام ها کاملا ضروری است.
- فراخوان عمل ساده ای داشته باشید
فراخوان عمل در واقع به این امر اشاره دارد که نباید اجازه دهید که جامعه هدف، تنها
خواننده پیام باشد. در واقع یک پیام تبلیغاتی ممکن است به سادگی به دست فراموشی
افراد ممکن است به دلایل نظر عدم زمان مناسب، کاملاً نسبت به محتوای پیام شما باید توجه
سپرده شود. به همین خاطر برای افزایش تائیر خود این امر که افراد مخاطبان و اکنکشی را
باشند. به همین خاطر نیز لازم است تا در فواصل مشخص، اقدام به تکرار پیام خود کنید.
همچنین این امر که در اقدامات خود تنوع داشته باشید، خود از یکنواخت بودن فرم پیام ها
مشتری را کوتاه تر خواهد کرد. برای مثال می توانید از مخاطبان بخواهید تا برای اطلاعات
بیشتر کدی را برای تان ارسال کنند. با این حال این امر تنها یک روش بسیار ساده است و
زمان مناسب ارسال هر پیام را پیدا کنید
- این امر کاملاً وابسته به شرایط جامعه هدف شما خواهد داشت. برای مثال ساعات اولیه و
پایانی روز به علت این امر که افراد از مشغله کمتری برخوردار هستند، می تواند گزینه
برای استفاده از تخفیف های نیز از دیگر اقداماتی است که به خوبی افراد را به خرید ترغیب
خواهند کرد. اگرچه این روش در صورتی که امتیاز ویژه ای را در اختیار مخاطب قرار دهد، با
شانس استقبال بالایی همراه خواهد بود. با این حال فراموش نکنید که درخواست های شما
باید به صورتی باشد که مخاطب بتواند در کسری از ثانیه آن را انجام دهد.
- ارسال نکنید
- (۲) ارزیابی و تحلیل بیش از اندازه
آنرا در اختیار افراد قرار دهید. برای مثال ارسال کدهای تخفیف، از جمله راهنمایی را برای مخاطبان خود
هزینه شما را هدر خواهد داد. در واقع لازم است تا همواره بازخوردها را مورد ارزیابی قرار داده و
با این اقدام افرادی را که مستعد خوبی بیشتری هستند و یا می توانند به برند شما کمک
بیشتری را کنند، شناسایی کنید. در نهایت قرار دادن مخاطبان در دسته بندی های مختلف
باعث خواهد شد تا بتوانید برنامه ریزی بپردازی را برای کسب نتایج بیشتر داشته باشید.
- از طولانی شدن پیام بپرهیزید
امراها بیانگر آن است که افراد برای خواندن بیش از ۹۰ دقیقه پیام های خود کمتر از سه دقیقه
محتوا ایجاد کنید
- زمان می گذارند. به همین خاطر نیز نباید از تبلیغ خود انتظار داشته باشید که تمامی اطلاعات
را در اختیار مخاطب قرار دهد. در این زمینه بازبینی و اصلاح چندباره متن و هدف گذاری
درست برای پیام ها کاملا ضروری است.
- فراخوان عمل ساده ای داشته باشید
فراخوان عمل در واقع به این امر اشاره دارد که نباید اجازه دهید که جامعه هدف، تنها
خواننده پیام باشد. در واقع یک پیام تبلیغاتی ممکن است به سادگی به دست فراموشی
افراد ممکن است به دلایل نظر عدم زمان مناسب، کاملاً نسبت به محتوای پیام شما باید توجه
سپرده شود. به همین خاطر برای افزایش تائیر خود این امر که افراد مخاطبان و اکنکشی را
باشند. به همین خاطر نیز لازم است تا در فواصل مشخص، اقدام به تکرار پیام خود کنید.
همچنین این امر که در اقدامات خود تنوع داشته باشید، خود از یکنواخت بودن فرم پیام ها
مشتری را کوتاه تر خواهد کرد. برای مثال می توانید از مخاطبان بخواهید تا برای اطلاعات
بیشتر کدی را برای تان ارسال کنند. با این حال این امر تنها یک روش بسیار ساده است و
زمان مناسب ارسال هر پیام را پیدا کنید
- این امر کاملاً وابسته به شرایط جامعه هدف شما خواهد داشت. برای مثال ساعات اولیه و
پایانی روز به علت این امر که افراد از مشغله کمتری برخوردار هستند، می تواند گزینه
برای استفاده از تخفیف های نیز از دیگر اقداماتی است که به خوبی افراد را به خرید ترغیب
خواهند کرد. اگرچه این روش در صورتی که امتیاز ویژه ای را در اختیار مخاطب قرار دهد، با
شانس استقبال بالایی همراه خواهد بود. با این حال فراموش نکنید که درخواست های شما
باید به صورتی باشد که مخاطب بتواند در کسری از ثانیه آن را انجام دهد.
- ارسال نکنید
- (۳) نداشتن اعتماد به نفس کافی
گاهی یادمان می رود ما هم به اندازه بقیه انسان ها توانایی هستیم، تفکرات اشتباہی مانند این
که دیگران از ما بهترند یا مانع از آنها می باشند، کار سیار خوبی است اما نیاز نیست درباره تردید در
تصمیم گیری دست یابی به موفقیت، خود را باور کنید، رو راست باشید و تمام نقاط قوت و
نقاط ضعف را شناسایی کنید. روی نقاط قوت خود سرمایه گذاری کرده و ضعف های تان را
مشتری را کوتاه تر خواهد کرد. برای مثال می توانید از مخاطبان بخواهید تا برای اطلاعات
بیشتر کدی را برای تان ارسال کنند. با این حال این امر تنها یک روش بسیار ساده است و
زمان مناسب ارسال هر پیام را پیدا کنید
- این امر کاملاً وابسته به شرایط جامعه هدف شما خواهد داشت. برای مثال ساعات اولیه و
پایانی روز به علت این امر که افراد از مشغله کمتری برخوردار هستند، می تواند گزینه
برای استفاده از تخفیف های نیز از دیگر اقداماتی است که به خوبی افراد را به خرید ترغیب
خواهند کرد. اگرچه این روش در صورتی که امتیاز ویژه ای را در اختیار مخاطب قرار دهد، با
شانس استقبال بالایی همراه خواهد بود. با این حال فراموش نکنید که درخواست های شما
باید به صورتی باشد که مخاطب بتواند در کسری از ثانیه آن را انجام دهد.
- ارسال نکنید
- (۴) شک و دودلی
شک و تردید خلیلی بی صد وارد قلب و ذهن تان می شود. شک ما را ترس و بزدل می کند.
تصمیم گیری به نتایج مطلوب دست یابید.
- (۵) راحت طلبی
برای پیشرفت و حرکت رو به جلو باید تصمیم گیری های درسته باشیم، آسایش خاطری

چگونه تبلیغات پیامکی مناسبی را داشته باشیم

از جمله روش های مهم و پریازده در زمینه معرفی محصول، تبلیغات پیامکی است. در واقع
امروزه هیچ چیز به اندازه تلفن های همراه در دسترس قرار نداشته و افراد در هنگام بلند شدن،
قبل از خواب و به صورت مدام در طول روز این وسیله را مورد استفاده قرار می دهند. به
زمانی که اقدامات شما دیده شدند، نتیجه موردنظر را به دست نخواهید آورد. به همین خاطر
همین خاطر نیز این روش از جمله محبوب ترین ها در زمینه تبلیغات محسوب می شود. با
این حال در صورتی که نسبت به اصول و راهکارهای آن آگاه نباشد، ممکن است نتیجه دلخواه
به دست نیامده و در مقایسه با اقدامات مشابه سایر برندها، در جایگاهی بسیار بایین تر قرار
گرفته و شکستی واقعی را تجربه کنید.

یک پیشنهاد و یا اقدامی را بگان را در اختیار مخاطبان خود قرار دهد

برای بازتر مطالب خود، امتیازی را در نظر بگیرد

این امر که برای هر فردی یک کد خاص را در نظر گرفته و از آن ها بخواهید تا برند شما را
نداشته و حتی ممکن است زمینه را برای بروز نارضایتی های آن ها به همراه داشته باشد.
بدون شک ایجاد تغییر ذهنی نامناسب، وجهه شرک را به شدت تحریب خواهد کرد. برای

دسته بندی خوبی از مخاطبان داشته باشید

در واقع این امر که بخواهد با همه افراد رفتاری یکسان را داشته باشید، بدون شک وقت و
هزینه شما را هدر خواهد داد. در واقع لازم است تا همواره بازخوردها را مورد ارزیابی قرار داده و
با این اقدام افرادی را که مستعد خوبی بیشتری هستند و یا می توانند به برند شما کمک
بیشتری را کنند، شناسایی کنید. در نهایت قرار دادن مخاطبان در دسته بندی های مختلف
باعث خواهد شد تا بتوانید برنامه ریزی بپردازی را برای کسب نتایج بیشتر داشته باشید.

از طولانی شدن پیام بپرهیزید
امراها بیانگر آن است که افراد برای خواندن بیش از ۹۰ دقیقه پیام های خود کمتر از سه دقیقه
محتوا ایجاد کنید

زمان می گذارند. به همین خاطر نیز نباید از تبلیغ خود انتظار داشته باشید که تمامی اطلاعات
را در اختیار مخاطب قرار دهد. در این زمینه بازبینی و اصلاح چندباره متن و هدف گذاری
درست برای پیام ها کاملا ضروری است.

فراخوان عمل ساده ای داشته باشید
فراخوان عمل در واقع به این امر اشاره دارد که نباید اجازه دهید که جامعه هدف، تنها
خواننده پیام باشد. در واقع یک پیام تبلیغاتی ممکن است به سادگی به دست فراموشی
افراد ممکن است به دلایل نظر عدم زمان مناسب، کاملاً نسبت به محتوای پیام شما باید توجه
سپرده شود. به همین خاطر برای افزایش تائیر خود این امر که افراد مخاطبان و اکنکشی را
باشند. به همین خاطر نیز لازم است تا در فواصل مشخص، اقدام به تکرار پیام خود کنید.
همچنین این امر که در اقدامات خود تنوع داشته باشید، خود از یکنواخت بودن فرم پیام ها
مشتری را کوتاه تر خواهد کرد. برای مثال می توانید از مخاطبان بخواهید تا برای اطلاعات
بیشتر کدی را برای تان ارسال کنند. با این حال این امر تنها یک روش بسیار ساده است و
زمان مناسب ارسال هر پیام را پیدا کنید

این امر کاملاً وابسته به شرایط جامعه هدف شما خواهد داشت. برای مثال ساعات اولیه و
پایانی روز به علت این امر که افراد از مشغله کمتری برخوردار هستند، می تواند گزینه
برای استفاده از تخفیف های نیز از دیگر اقداماتی است که به خوبی افراد را به خرید ترغیب
خواهند کرد. اگرچه این روش در صورتی که امتیاز ویژه ای را در اختیار مخاطب قرار دهد، با
شانس استقبال بالایی همراه خواهد بود. با این حال فراموش نکنید که درخواست های شما
باید به صورتی باشد که مخاطب بتواند در کسری از ثانیه آن را انجام دهد.

ارسال نکنید



بررسی می‌نماید. عنوانی که در سایر اسناد انجمن بین‌المللی ناظران بیمه بحث شده است.

در این سند گنجانده شده است تا تصویر کاملی از مسائل حاکمیت شرکتی برای این تئوری توسعه یافته. یکی از اولین توضیحات در مورد این تئوری در رشته مدیریت، توسعه فریمن (۱۹۸۴) ارائه گردید. وی تئوری عمومی شرکت را مطرح و پاسخگویی شرکتی را به گروهی از ذی نفعان پیشنهاد کرد. تئوری ذی نفعان ترکیبی از تئوری های سازمانی و اجتماعی است. در واقع تئوری مذکور بیشتر یک سنت پژوهشی گستره است که سازمانی همکاری و توسعه اقتصادی، دستورالعمل هایی را در خصوص حاکمیت شرکت های فلسفه، اخلاق، تئوری سیاسی، اقتصاد، حقوق، علوم سازمانی و اجتماعی را در هرم می‌آمیزد. ۳- سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، دستورالعمل هایی را در خصوص حاکمیت شرکت های اسنان تئوری ذی نفعان این است که شرکت های بسیار بزرگ شده اند و تأثیر آن ها بر جامعه قابل توجه بوده و باید پاسخگو باشند (حساس یگانه، ۱۲۸۴). این تئوری برای تعییر و تفسیر وظایف شرکت به کار می‌رود. این وظایف شامل تعیین بیمه ارائه می‌نماید و در نتیجه، باعث می‌شوند که از بیمه گذاران و سایر ذی نفعان حمایت بهتری صورت پذیرد. دو هدف اصلی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی در این پیش‌نویس از ابتدا در عبارات مربوط به تئوری سنی ذی نفعان جای داشته و نشانه های ادامه پیروی از این دستورالعمل ها به شرح ذیل می‌باشد:

۱- ارتقاء حمایت از بیمه گذاران و سهامداران، فراتر از حمایتی که در حال حاضر از طریق مقررات گذاری تاکنون تعاریف متفاوتی از واژه ذی نفعان به عمل آمده است. فریمن (۱۹۸۴) ذی نفعان را به عنوان فرد یا گروهی که می‌توانند در رسیدن شرکت به اهدافش تأثیر بگذارند یا از آن متأثر شوند، تعریف می‌کند هیل و جونز (۱۹۹۲) ذی نفعان را به عنوان نایابندگانی تعریف می‌کنند که حق قانونی برای شرکت های غیربیمه ای نیز قابل اعمال می‌باشد. ۴- کمیته بیمه و مستمری بازنیستگی خصوصی، در سال ۲۰۰۸، برسی مجدد این دستورالعمل ها مختلفی نفع می‌برند گفته می‌شود که شامل سهامداران، اعضای هیأت مدیره، مدیران، کارگران، تأمین کنندگان، مشتریان، دولت، طلبکاران، محیط و حتی نسل های ایشانه می‌باشد. برای این منظور و برای تسهیل در همکاری با انجمن بین‌المللی ناظران بیمه، یک کارگروه برای بررسی اختصاصی مسائل مرتبط با کمیته بیمه و مستمری بازنیستگی خصوصی در خصوص حاکمیت شرکتی بیمه گران (کارگروه کمیته بیمه و مستمری بازنیستگی خصوصی) بر جامعه آن چنان عمیق است که آن ها باید به جز سهامداران به بخش های بسیار بیشتری تشکیل شد. ۵- همین طور، انجمن بین‌المللی ناظران بیمه از زمان شروع به کار خود در سال ۱۹۹۴، تعدادی یافته های مطالعاتی انجام شده نشان دهنده آن است که شرکت هایی که خود را موظف به رعایت حقوق کلیه ذی نفعان می‌نمایند و یا به عبارتی در مقابل تمام ذی نفعان مستول هستند در درازمدت موفق تر خواهند بود و درصد رسیدن ایشان به اهداف تعیین شده، بسیار بیشتر است. شرکت های می‌توانند با بهینه سازی حاکمیت شرکتی در دون خود متفاق کلیه استاندارها، ایجاد چارچوبی مشترک برای نظارت بیمه ای است که ساختاری را باید می‌نماید که در دون آن، استاندارها و هنودهای می‌توانند توسعه پیدا کنند. حاکمیت یکی از اجزاء این ذی نفعان را حفظ کرده و در نهایت وظیفه خود را به نحو مطلوب انجام دهنده و زمینه ساز گارچوب می‌شود. ۶- برای این که یک نظام نظارتی، کارآمد بوده و به عنوان معیار اصلی برای ناظران بیمه در هنگامی که منافع سایر ذی نفعان توسط شرکت ضایع نشود، قطعاً حرکت شرکت به سمت همه حوزه های قضایی محسوب شود، انجمن بین‌المللی ناظران بیمه در اکتبر سال ۲۰۰۳، متدولوژی اهداف تعیین شده، که هر یک از ذی نفعان در آن نقشی را ایفا می‌نمایند، تسهیل خواهد شد و اصول اساسی بیمه را به عنوان اصولی ضروری توپون نمود. اصل اساسی شماره ۹ بیمه بیان می‌دارد که چارچوب حاکمیت شرکتی، حقوق تمامی طرفین ذی نفع را معین نموده و از آن ها حمایت می‌کند. مقام ناظر، انتبهای مقررات طبق تعمیمی استاندارهای کاربردی حاکمیت شرکتی را الزامی می‌کند.

۱- انجمن بین‌المللی ناظران بیمه و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی توافق نمودند تا استانداری حاکمیت شرکتی شامل قوانینی که توسط انجمن بین‌المللی ناظران بیمه، هنودهای فعلی حاکمیت شرکتی شرکتی شرکت های بیمه صادر نمایند. ۲- به برخی از عنوانین مورد بحث در این سند، نیز در سایر اسناد انجمن بین‌المللی ناظران بود، قوانین کمیته بازیل در خصوص نظارت بر بانکداری، سازمان بین‌المللی کمیسیون اوراق بیمه و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی برداخته شده است. این سند به دلیل تمرکز بر حاکمیت شرکتی شرکت بیمه، از سایر اسناد متمایز است و عنوانین مختلفی را این جنبه منجر به ارائه سندی با عنوان عوامل اصلی حاکمیت شرکت بیمه در اکتبر ۲۰۰۷ گردید.

اهمیت حاکمیت شرکتی و تأثیر آن بر عملکرد شرکت های بیمه



قسمت دوم

۱-۲-۲- موانع عدم تئوری کارگزاری دو اشکال عدم تئوری کارگزاری عبارتند از «قدامات پنهانی کارگزاران و اطلاعات پنهانی و محظمه» و «قدامات پنهانی کارگزاران از دید مولکلین پنهان بوده و امکان نظرات و کنترل بر رفتار پیجیدگی محیطی و فرصت جویی یا فرصت طلبی انسانی با فعالان موجود در محیط (رحمان سرشت، ۱۲۸۶) به موقعیتی که عملکرد کارگزاران از دید مولکلین پنهان بوده و طور کلی در مجموع می‌توان گفت که نظام سلسله مراتبی، توزیع اطلاعات را نسبتاً معادل می‌سازد و بخصوص باعث می‌شود تهدیدات حداقل به ظاهر اخلاقی و مقابله جای تعهدات و انگیزه های صرف اقتصادی را در جریان معاملات یا بدء و پستان ها بگیرد (رحمان سرشت، ۱۲۸۶). است برای کسب منفعت شخصی امیزات متعلق به مولک را نادیده بگیرد. ۲-۲-۲- این مانع عدم تئوری کارگزاری عبارتی یا فرایندی می‌باشد. در نتیجه، مولکلین نمی‌تواند به طور کامل به ارزیابی عملکرد کارگزار پرداخته و از صحت تصمیمات اتخاذ شده از سوی وی مطمئن باشند. حتی ممکن است کارگزاران در مورد خرد بناگاه های فروشنده مواد اولیه مورد نیاز خود روی می‌آورند، شروع می‌شود در این صلاحیت، توانایی و تلاش برای حفظ منافع مولکلین اغراق کنند و توانایی خود را برای عقد قرارداد زیاد از حد نشان دهند. (الواتی، سید نقوی، ۱۲۸۰). در چارچوب این نظریات سرمایه گذاران نهادی به لحاظ نقشی که در پیگیری و نظرات بازی می‌کنند مهم تلقی می‌شوند و این ناشی از اختیار داشتن بخش بزرگی از ارزش سهام عادی شرکت ها در بازار سهام است. ۲-۲-۲-۲- مولکلین نمی‌تواند به طور کامل به ارزیابی عملکرد کارگزار پرداخته و از صحت تصمیمات اتخاذ شده از سوی وی مطمئن باشند. حتی ممکن است کارگزاران در مورد خرد بناگاه های فروشنده مواد اولیه مورد نیاز خود روی می‌آورند، شروع می‌شود در این صلاحیت، توانایی و تلاش برای حفظ منافع مولکلین اغراق کنند و توانایی خود را برای عقد قرارداد زیاد از حد نشان دهند. (الواتی، سید نقوی، ۱۲۸۰). در چارچوب این نظریات سرمایه گذاران نهادی به لحاظ نقشی که در پیگیری و نظرات بازی می‌کنند مهم تلقی می‌شوند و این ناشی از اختیار داشتن بخش بزرگی از ارزش سهام عادی شرکت ها در بازار سهام است. ۲-۲-۲-۳- مولکلین نمی‌تواند به طور کامل به ارزیابی عملکرد کارگزار پرداخته و از صحت تصمیمات اتخاذ شده از سوی وی مطمئن باشند. حتی ممکن است کارگزاران در مورد خرد بناگاه های فروشنده مواد اولیه مورد نیاز خود روی می‌آورند، شروع می‌شود در این صلاحیت، توانایی و تلاش برای حفظ منافع مولکلین اغراق کنند و توانایی خود را برای عقد قرارداد زیاد از حد نشان دهند. (الواتی، سید نقوی، ۱۲۸۰). از های سازمانی با عوامل محیطی جفت می‌شوند؛ خردگرایی و منطق محدود بشری با الهام و پیجیدگی محیطی و فرصت جویی یا فرصت طلبی انسانی با فعالان موجود در محیط (رحمان سرشت، ۱۲۸۶) به موقعیتی که عملکرد کارگزاران از دید مولکلین پنهان بوده و امکان نظرات و کنترل بر رفتار پیجیدگی محیطی و فرصت جویی یا فرصت طلبی انسانی با فعالان موجود در محیط (رحمان سرشت، ۱۲۸۶) به موقعیتی که عملکرد کارگزاران از دید مولکلین پنهان بوده و طور کلی در مجموع می‌توان گفت که نظام سلسله مراتبی، توزیع اطلاعات را نسبتاً معادل می‌سازد و بخصوص باعث می‌شود تهدیدات حداقل به ظاهر اخلاقی و مقابله جای تعهدات و انگیزه های صرف اقتصادی را در جریان معاملات یا بدء و پستان ها بگیرد (رحمان سرشت، ۱۲۸۶). است برای کسب منفعت شخصی امیزات متعلق به مولک را نادیده بگیرد. ۲-۲-۲-۲- این مانع عدم تئوری کارگزاری عبارتی یا فرایندی می‌باشد. در نتیجه، مولکلین نمی‌تواند به طور کامل به ارزیابی عملکرد کارگزار پرداخته و از صحت تصمیمات اتخاذ شده از سوی وی مطمئن باشند. حتی ممکن است کارگزاران در مورد خرد بناگاه های فروشنده مواد اولیه مورد نیاز خود روی می‌آورند، شروع می‌شود در این صلاحیت، توانایی و تلاش برای حفظ منافع مولکلین اغراق کنند و توانایی خود را برای عقد قرارداد زیاد از حد نشان دهند. (الواتی، سید نقوی، ۱۲۸۰). در چارچوب این نظریات سرمایه گذاران نهادی به لحاظ نقشی که در پیگیری و نظرات بازی می‌کنند مهم تلقی می‌شوند و این ناشی از اختیار داشتن بخش بزرگی از ارزش سهام عادی شرکت ها در بازار سهام است. ۲-۲-۲-۳- مولکلین نمی‌تواند به طور کامل به ارزیابی عملکرد کارگزار پرداخته و از صحت تصمیمات اتخاذ شده از سوی وی مطمئن باشند. حتی ممکن است کارگزاران در مورد خرد بناگاه های فروشنده مواد اولیه مورد نیاز خود روی می‌آورند، شروع می‌شود در این صلاحیت، توانایی و تلاش برای حفظ منافع مولکلین اغراق کنند و توانایی خود را برای عقد قرارداد زیاد از حد نشان دهند. (الواتی، سید نقوی، ۱۲۸۰). از های سازمانی با عوامل محیطی جفت می‌شوند؛ خردگرایی و منطق محدود بشری با الهام و پیجیدگی محیطی و فرصت جویی یا فرصت طلبی انسانی با فعالان موجود در محیط (رحمان سرشت، ۱۲۸۶) به موقعیتی که عملکرد کارگزاران از دید مولکلین پنهان بوده و طور کلی در مجموع می‌توان گفت که نظام سلسله مراتبی، توزیع اطلاعات را نسبتاً معادل می‌سازد و بخصوص باعث می‌شود تهدیدات حداقل به ظاهر اخلاقی و مقابله جای تعهدات و انگیزه های صرف اقتصادی را در جریان معاملات یا بدء و پستان ها بگیرد (رحمان سرشت، ۱۲۸۶). است برای کسب منفعت شخصی امیزات متعلق به مولک را نادیده بگیرد. ۲-۲-۲-۲- این مانع عدم تئوری کارگزاری عبارتی یا فرایندی می‌باشد. در نتیجه، مولکلین نمی‌تواند به طور کامل به ارزیابی عملکرد کارگزار پرداخته و از صحت تصمیمات اتخاذ شده از سوی وی مطمئن باشند. حتی ممکن است کارگزاران در مورد خرد بناگاه های فروشنده مواد اولیه مورد نیاز خود روی می‌آورند، شروع می‌شود در این صلاحیت، توانایی و تلاش برای حفظ منافع مولکلین اغراق کنند و توانایی خود را برای عقد قرارداد زیاد از حد نشان دهند. (الواتی، سید نقوی، ۱۲۸۰). در چارچوب این نظریات سرمایه گذاران نهادی به لحاظ نقشی که در پیگیری و نظرات بازی می‌کنند مهم تلقی می‌شوند و این ناشی از اختیار داشتن بخش بزرگی از ارزش سهام عادی شرکت ها در بازار سهام است. ۲-۲-۲-۳- مولکلین نمی‌تواند به طور کامل به ارزیابی عملکرد کارگزار پرداخته و از صحت تصمیمات اتخاذ شده از سوی وی مطمئن باشند. حتی ممکن است کارگزاران در مورد خرد بناگاه های فروشنده مواد اولیه مورد نیاز خود روی می‌آورند، شروع می‌شود در این صلاحیت، توانایی و تلاش برای حفظ منافع مولکلین اغراق کنند و توانایی خود را برای عقد قرارداد زیاد از حد نشان دهند. (الواتی، سید نقوی، ۱۲۸۰). از های سازمانی با عوامل محیطی جفت می‌شوند؛ خردگرایی و منطق محدود بشری با الهام و پیجیدگی محیطی و فرصت جویی یا فرصت طلبی انسانی با فعالان موجود در محیط (رحمان سرشت، ۱۲۸۶) به موقعیتی که عملکرد کارگزاران از دید مولکلین پنهان بوده و طور کلی در مجموع می‌توان گفت که نظام سلسله مراتبی، توزیع اطلاعات را نسبتاً معادل می‌سازد و بخصوص باعث می‌شود تهدیدات حداقل به ظاهر اخلاقی و مقابله جای تعهدات و انگیزه های صرف اقتصادی را در جریان معاملات یا بدء و پستان ها بگیرد (رحمان سرشت، ۱۲۸۶). است برای کسب منفعت شخصی امیزات متعلق به مولک را نادیده بگیرد. ۲-۲-۲-۳- این مانع عدم تئوری کارگزاری عبارتی یا فرایندی می‌باشد. در نتیجه، مولکلین نمی‌تواند به طور کامل به ارزیابی عملکرد کارگزار پرداخته و از صحت تصمیمات اتخاذ شده از سوی وی مطمئن باشند. حتی ممکن است کارگزاران در مورد خرد بناگاه های فروشنده مواد اولیه مورد نیاز خود روی می‌آورند، شروع می‌شود در این صلاحیت، توانایی و تلاش برای حفظ منافع مولکلین اغراق کنند و توانایی خود را برای عقد قرارداد زیاد از حد نشان دهند. (الواتی، سید نقوی، ۱۲۸۰). در چارچوب این نظریات سرمایه گذاران نهادی به لحاظ نقشی که در پیگیری و نظرات بازی می‌کنند مهم تلقی می‌شوند و این ناشی از اختیار داشتن بخش بزرگی از ارزش سهام عادی شرکت ها در بازار سهام است. ۲-۲-۲-۳- مولکلین نمی‌تواند به طور کامل به ارزیابی عملکرد کارگزار پرداخته و از صحت تصمیمات اتخاذ شده از سوی وی مطمئن باشند. حتی ممکن است کارگزاران در مورد خرد بناگاه های فروشنده مواد اولیه مورد نیاز خود روی می‌آورند، شروع می‌شود در این صلاحیت، توانایی و تلاش برای حفظ منافع مولکلین اغراق کنند و توانایی خود را برای عقد قرارداد زیاد از حد نشان دهند. (الواتی، سید نقوی، ۱۲۸۰). از های سازمانی با عوامل محیطی جفت می‌شوند؛ خردگرایی و منطق محدود بشری با الهام و پیجیدگی محیطی و فرصت جویی یا فرصت طلبی انسانی با فعالان موجود در محیط (رحمان سرشت، ۱۲۸۶) به موقعیتی که عملکرد کارگزاران از دید مولکلین پنهان بوده و طور کلی در مجموع می‌توان گفت که نظام سلسله مراتبی، توزیع اطلاعات را نسبتاً معادل می‌سازد و بخصوص باعث می‌شود تهدیدات حداقل به ظاهر اخلاقی و مقابله جای تعهدات و انگیزه های صرف اقتصادی را در جریان معاملات یا بدء و پستان ها بگیرد (رحمان سرشت، ۱۲۸۶). است برای کسب منفعت شخصی امیزات متعلق به مولک را نادیده بگیرد. ۲-۲-۲-۳- این مانع عدم تئوری کارگزاری عبارتی یا فرایندی می‌باشد. در نتیجه، مولکلین نمی‌تواند به طور کامل به ارزیابی عملکرد کارگزار پرداخته و از صحت تصمیمات اتخاذ شده از سوی وی مطمئن باشند. حتی ممکن است کارگزاران در مورد خرد بناگاه های فروشنده مواد اولیه مورد نیاز خود روی می‌آورند، شروع می‌شود در این صلاحیت، توانایی و تلاش برای حفظ منافع مولکلین اغراق کنند و توانایی خود را برای عقد قرارداد زیاد از حد نشان دهند. (الواتی، سید نقوی، ۱۲۸۰). در چارچوب این نظریات سرمایه گذاران نهادی به لحاظ نقشی که در پیگیری و نظرات بازی می‌کنند مهم تلقی می‌شوند و این ناشی از اختیار داشتن بخش بزرگی از ارزش سهام عادی شرکت ها در بازار سهام است. ۲-۲-۲-۳- مولکلین نمی‌تواند به طور کامل به ارزیابی عملکرد کارگزار پرداخته و از صحت تصمیمات اتخاذ شده از سوی وی مطمئن باشند. حتی ممکن است کارگزاران در مورد خرد بناگاه های فروشنده مواد اولیه مورد نیاز خود روی



آمار بازدید از وب سایت های شرکت های بیمه.

بیمه پاسارگاد و چهار شرکت دارای بیشترین سهم بازار^(۱)

براساس اطلاعات مربوط به ۹۷/۱۱/۱۰

ترجمه شده از سایت <http://www.alexa.com>

سایت الکسا سایتی است که رتبه وب سایت شما را نشان می دهد که بر اساس ترافیک ، نمایش سایت شما در نتایج جستجو و سنجش میزان محبوبیت آن توسط این سایت تخمین زده است . به میزانی که هر چه این رتبه پایین تر باشد نشان از پرترافیک بودن و مقبول تر بودن سایت شما در نزد بازدیدکنندگان دارد

به عنوان مثال در بین سایت های موجود رتبه ۱ (متعلق به سایت گوگل) نشان دهنده پربازدیدکنندۀ ترین وب سایت موجود است . سیستم رتبه بندی سایت الکسا با لیست کردن آمار و اطلاعاتی تغییر رتبه جهانی ، رتبه کشوری تعداد لینک های ورودی به سایت و نیز نمایش نمودارهای آماری برای رتبه جهانی و ترافیک موتور جستجو . روند پیشرفت صعودی و یا افت نزولی آن را نمایش می دهد

(۱) بیمه ایران www.iraninsurance.ir

بیمه آسیا www.bimehasia.com

بیمه دانا www.dana-insurance.ir

بیمه دی www.dayins.com

بیمه پاسارگاد [www.pasrgadinsurance.ir](http://www.pasargadinsurance.ir)

(براساس اطلاعات سالنامه آماری ۱۳۹۶)

میانگین مدت زمان
حضور کاربر در سایت



رتبه سایت در ایران، جهان و در میان شرکت های بیمه

بیمه ایران ۷۵۶
۲۸,۶۶۰

بیمه پاسارگاد ۱,۳۲۹
۵۴,۲۹۸

بیمه آسیا ۲,۲۳۱۴
۹۲,۳۰۶

بیمه دی ۵,۲۹۶
۱۶,۹۱۴,۲۳۳

بیمه دانا ۵,۱۴۲۵
۱۷۲,۹۲۳



بیمه ایران ۱

بیمه پاسارگاد ۲

بیمه آسیا ۳

بیمه دی ۴

بیمه دانا ۵

آسیا ۶

۸- در سال ۲۰۰۸، انجمن بین المللی ناظران بیمه و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی بررسی مشترکی را در خصوص حاکمیت شرکتی شرکت های بیمه انجام دادند تا اطلاعاتی را در کنترل و تضاد منافع.

این مسئله می تواند منجر به بسیاری از عوامل، شامل توسعه قوانین و مقررات در خصوص حاکمیت در بسیاری از حوزه های فضایی و ارتفاعه بهترین راهکارها در فراسوی مردمها شود. هر چند، محسوب می شود، کسب نمایند. بانک جهانی، پاسخ ها را گردآوری نموده و گزارش تحقیقاتی را که شامل سطح بالایی از خلاصه پاسخ های دریافتی بود، ارائه نمود. این گزارش تحقیقاتی بر روی وب سایت های انجمن بین المللی ناظران بیمه و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی موجود می باشد. انجمن بین المللی ناظران بیمه و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی همچنین میزگردی را در خصوص حاکمیت شرکت های بیمه، در تاریخ ۵ دسامبر ۲۰۰۸ در شهر پاریس ستد، برای انجمن بین المللی ناظران بیمه به عنوان مبنای برای یک سند ناظارتی و درون دادی جهت بازبینی اصول اساسی بیمه محسوب می شود سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، این گزارش را در حین بازبینی دستورالعمل های حاکمیت شرکتی خود، برای حاکمیت شرکت بیمه مورد استفاده قرار خواهد داد.

۹- این سند بر مبنای دستورالعمل های سازمان همکاری و توسعه اقتصادی و عوامل اصلی حاکمیت شرکت بیمه مورد نظر انجمن بین المللی ناظران بیمه و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، در تلاش برای ایجاد رهنمودهای هماهنگ و ارتقاء یک رویکرد یکسان در میان مقررات گذاران و ناظران است. این سازمان ها، خصوصاً در صدد دوری از الزامات نکارایی با متناقض و کاهش احتمال ارتباڑاً مقرراتی و ناظرتی هستند.

۱۰- این سند بر این روش توضیح اجزاء اصلی چارچوب حاکمیت شرکت بیمه، در صدد ارائه معباری برای فعالیت بیشتر انجمن بین المللی ناظران بیمه و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی می باشد. بدین منظور، این سند، در صدد کمک به ارتقاء کارآیی مقرراتی و ناظرتی است. حاکمیت در نهایت بر پروفایل ریسک شرکت بیمه تأثیر خواهد گذاشت. شیوه ای که برخان مالی و تأثیرات آن ها بر مسائل مرتبط با حاکمیت، می باشد.

۱۱- این سند از طریق توضیح اجزاء اصلی چارچوب حاکمیت شرکت بیمه، در صدد راهکارهای بیشتر برای شرکت های بیمه ای که کسب و کار آن ها پیرفته تراست در راستای اصول نسباب، راهکاری صحیح محسوب می شود. ناظران، ممکن است همچنین دریابند که به خاص در حوزه قضایی آن ها و شرایطی که در بازار آن ها غالب شده است، متفاوت خواهد بود.

۱۲- این سند مسائل اصلی عدم مؤقتی شرکت بیمه به آن ها مواجه است را دارند. ناظران، ممکن است شرکت بیمه و ریسک هایی که شرکت بیمه با آن ها مواجه است را دارند. دریابند که ایجاد حداقل الزامات حاکمیتی برای همه شرکت های بیمه و سپس استفاده از راهکارهای بیشتر برای شرکت های بیمه ای که کسب و کار آن ها پیرفته تراست در راستای اصول نسباب، راهکاری صحیح محسوب می شود. ناظران، ممکن است همچنین دریابند که به خاص در حوزه قضایی آن ها و شرایطی که در بازار آن ها غالب شده است، متفاوت خواهد بود.

۱۳- این سند، بر این روش را در نظرات مؤثر بر شرکت بیمه و حمایت از متفاعل بیمه گذار ارتقاء می بخشد. برای این که این افزایش، مؤثر واقع شود، ناظران باید از منابع و توانایی برای ارزیابی میزان تأثیرگذاری چارچوب حاکمیت شرکت بیمه برخوردار باشند. این سند می تواند مسائل مرتبط در خصوص تعیین این که آیا حاکمیت یک شرکت بیمه، با ماهیت،

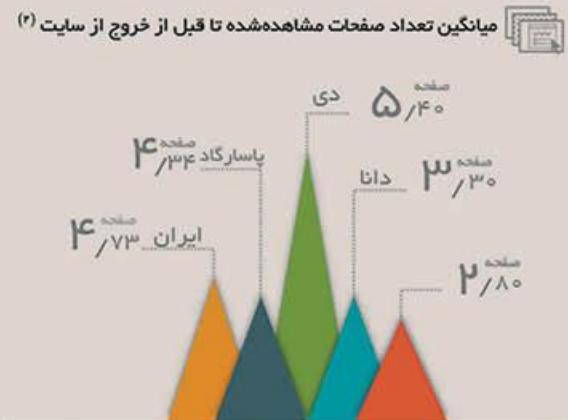
مقیاس و پیچیدگی کسب و کار و پروفایل ریسک آن اطباق دارد را شناسایی نماید و نیز اجرای متناسب آن را ارزیابی کند.

۱۴- این سند، به ساختار حاکمیت شرکتی، مشکل از اعضای هیأت مدیره، مدیریت ارشد و واحدهای کنترلی کلیدی مرتبط اشاره دارد. واژه «هیأت مدیره» و «مدیریت ارشد» در مفهوم عملیاتی و نه قانونی آن به کار برده می شود. اصطلاح «وظایف کنترلی» بر وظایف اشاره دارد که برای ناظرات یا نظام کنترل و موازنۀ از دیدگاه حاکمیتی استفاده می شوند. «حاکمیت» همان طور که در این سند استفاده شده است، به یک چارچوب کلی اطلاق می شود که براساس آن، شرکت بیمه بر خود حاکم است و شامل فعالیت های شرکت بیمه در زمینه مدیریت ریسک، اطباق، حسابرسی و مسائل اکجوانال است.

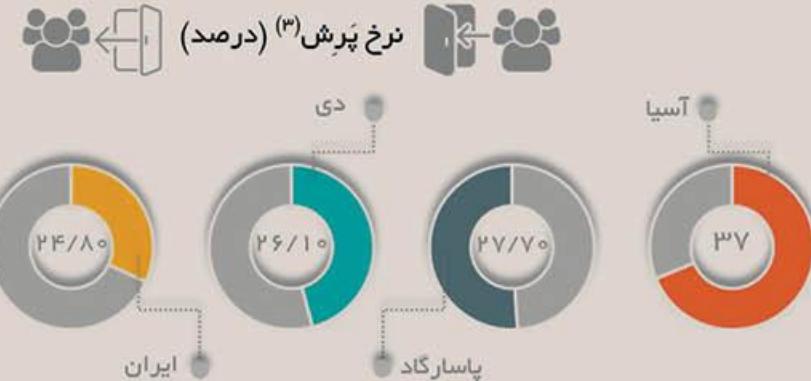
۱۵- کیفیت حاکمیت شرکتی شرکت بیمه، به طور کلی طی دهه اخیر ارتقاء یافته. خصوصاً پیشرفت هایی در خصوص موارد زیر ایجاد گردید:

• ساختار هیأت مدیره؛
• گزارش به هیأت مدیره؛

منبع : حاکمیت شرکتی در مؤسسات بیمه-پژوهشکده بیمه-گروه پژوهشی عمومی بیمه-زمستان ۱۳۹۵

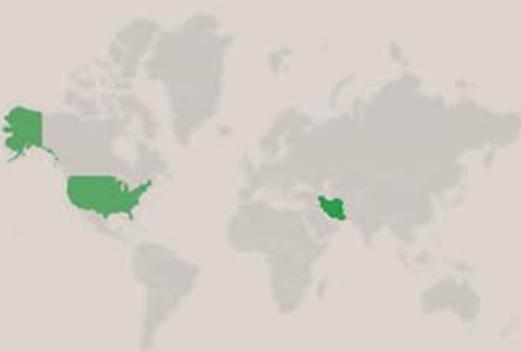


(۶) نشان می دهد که تقریباً قبل از خروج و ب سایت به طور میانگین چند صفحه دیگر از وب سایت را مشاهده می کنند. هر چه بالاتر باشد، تأثیر بیشتری بر پیوستگی و بیوهود رتبه وب سایت خواهد داشت.



(۷) درصد بازدیدکنندگانی که به محض ورود به وب سایت، بدون گردش در آن، از وب سایت خارج می شوند. هرچه بایین ترا باشد، تأثیر بیشتری در پیوستگی و بیوهود رتبه وب سایت خواهد داشت.

در ادامه اطلاعات اختصاصی مربوط به سایت بیمه پاسارگاد به شرح زیر آمده است:



محل جغرافیایی بازدیدکنندگان^(۸)

کشور	درصد بازدیدکنندگان	رتبه در کشور
Iran	95.4%	۱,۳۲۳
United States	3.6%	۱۵۴,۲۴۹

(۸) نشان می دهد که بازدیدکنندگان به لحاظ جغرافیایی در کجا قرار دارند.

بیشترین کلیدواژه های موتورهای جستجو^(۹)

کلیدواژه ها	درصد ترافیک جستجو
بیمه پاسارگاد	43.42%
بیمه عمر پاسارگاد	5.37%
لطف تبریگی بیمه پاسارگاد	4.78%
بانک پاسارگاد	3.13%
لطفگی بیمه پاسارگاد	2.17%

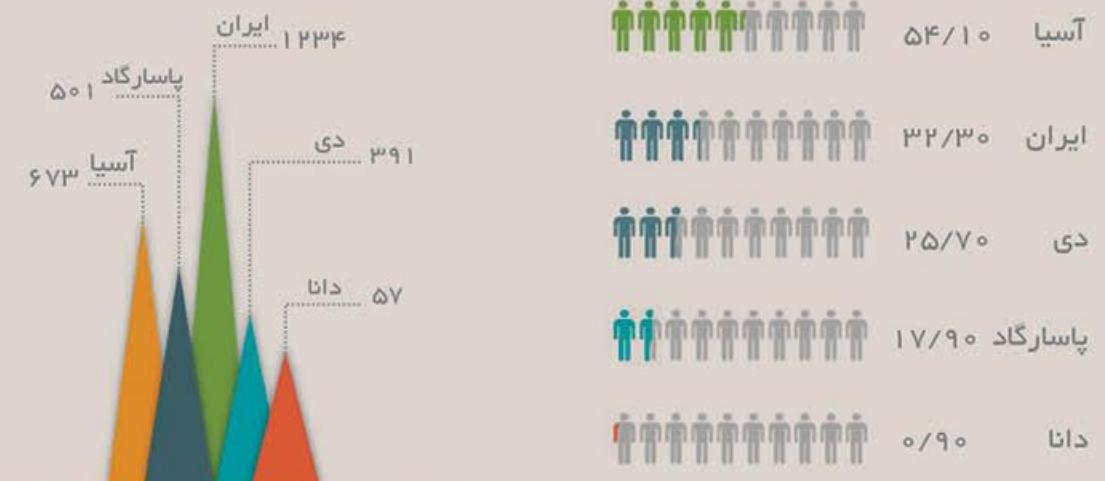
(۹) این جدول بیشترین کلیدواژه هایی که از طریق موتورهای جستجو به سایت ارجاع می دهند را نشان می دهد.

سایت های بازدید شده قبل از سایت بیمه پاسارگاد^(۱۰)

سایت	درصد بازدیدکنندگان
1. google.com	31.5%
2. centinsur.ir	9.1%
3. bpi.ir	5.6%
4. pasargadinfo.org	3.5%

(۱۰) این جدول سایت هایی که بازدیدکنندگان فوراً قبل از سایت بیمه پاسارگاد مشاهده کرده اند را نشان می دهد.

تعداد سایت های لینکدهنده^(۱۱) (درصد)



(۱۱) اعلام می کند چند درصد از کاربران وب سایت از موتورهای جستجو وارد سایت عامل به صورت غیرمستقیم و از طریق افزایش تعداد بازدیدکننده روی پیوستگی وب سایت در موتورهای جستجو تأثیرگذار است.

(۱۲) اعلام می کند چند درصد از کاربران وب سایت از موتورهای جستجو وارد سایت می شود و رتبه بالاتری دارد.

سرعت بارگذاری سایت^(۱۳) (ثانیه)





کتاب اینشورتک به زودی توسط راه پرداخت منتشر می‌شود

فناوری در صنعت بیمه

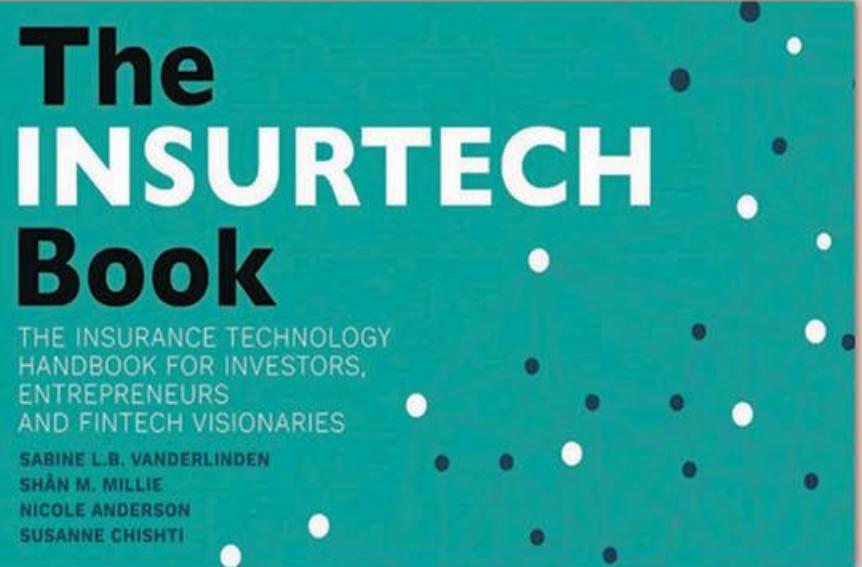
ایشورتک از آن مفاهیمی است که ترس رابه جان شرکت‌های بیمه اندخته است، به طوری همگام با روندهای فناوری در دنیای مالی کتاب‌های جدیدتری تولید کنند. کتاب اینشورتک که از هر چهار شرکت بیمه، سه شرکت بر این باورند که بخشی از کسب و کار کنونی شان درز می‌شود، ناوارانه فناوری در ارائه خدمات بیمه است. استفاده از فناوری در صنعت بیمه در زمینه کاربرد نوآورانه فناوری در ارائه خدمات بیمه است. متحوله از فناوری در صنعت بیمه به روزسانی‌های ضروری، تکرات انتقادی و بینش‌های عملی از استارت‌آپ‌ها، سرمایه‌گذاران، شرکت‌های فناوری، مشاوران و دیگر فعالان این اکوسیستم از سراسر جهان همگی در این کتاب می‌توانند روشی نوین برای کاهش هزینه‌ها و افزایش حضور مشتری بینند. تغییر در رفتار مشتری به این معناست که شرکت‌های حوزه فناورت می‌توانند محصولات و خدمات ۲۲۸ سفارشی شده و به رفع نیازهای دنبیان نوین کمک کرده است. متحوله از فناوری در صنعت بیمه دیگر به هیچوجه به روال سابق پیش نمی‌رود و در حال تغییر و گذار است و بهتر منجر خواهد شد. زنجیره بلوک و قراردادهای هوشمند در حوزه فناوری بیمه قابل استفاده و است که شما هم بخشی از این تغییر باشید.

مفید است: زیرا می‌توان به وسیله آن پایگاه‌های داده تغییرپذیری از دارایی‌های ارزشمند ایجاد کرد.

سال آینده در انتظار تغییرات بزرگ قری در حوزه اینشورتک باشد



گردآورنده: علی اکبر بختیاری
سرپرست شعبه شهید بهشتی



ایشورتک از اینترنت اشیاء نیز بهره می‌گیرد، به این صورت که می‌توان اطلاعات با ارزشی اینشورتک در ۹ فصل ارائه شده است که در آن به موضوعاتی از جمله معنا و مفهوم از دستگاه‌هایی که به دارایی‌های بیمه شده متصل است، دریافت کرده. بیمه گرهای می‌توانند اینشورتک، اینشورتک در حال حاضر و آینده، بیمه یکپارچه، روندهایی که بیمه را به سمت از اینشورتک برای سفارشی‌سازی محصولات خود بهره مند شوند تا آن‌ها را در موقعیت‌های آینده می‌برد، جهانی سازی اینشورتک، بررسی بیمه و اینشورتک در کشورهای مختلف از جمله بودا انتباق پذیر کنند و نیز می‌توانند از مزیت‌های ابزارهای پوشیدنی برای سفارشی‌سازی چشم، ترکیب، امریکای لاتین، فرصت‌های همکاری و مشارکت و رقابت در اینشورتک، مدل‌های محصولات اینشورتک خود و ارتقای سطح ارائه خدمات سلامت استفاده کنند. در آخر، کسب و کاری، اینشورتک و هوش مصنوعی، نقش رسانه‌های اجتماعی در صنعت و پرداخته است. شبکه‌های فردیه فرد می‌توانند یک فرایند سرتاسر کارآمدتری ارائه دهند و الگوی اگر می‌خواهید چشم انداز آینده بیمه را درک کنید، راه‌های جدیدی برای تعریف و درک معمول کسب و کار بیمه را تغییر دهند.

کتاب اینشورتک را می‌توان یک مجموعه پروپیمان و مفصل درباره تحولات دیجیتال بیمه این فناوری را یاد بگیرید؛ به شما توصیه می‌کنیم اولین کتابی که باید به سراغش بروید، کتاب اینشورتک باشد.

کتاب اینشورتک را سایبن وندرلیندن، شان مایلی، نیکول اندرسون و سوزان چیستی در زمینه آخرین نوواری‌ها و فناوری‌های مربوط به صنعت بیمه نوشته‌اند.

که این همکاری برای شرکت‌های بزرگ دارد این است که معمولاً سرعت نوآوری میان شاپلر مشارکت و همکاری با شرکت‌های بزرگ، فناوری بلاکچین و هوش مصنوعی است. ظهور فناوری بلاکچین اینشورتک‌ها نقش به سزاگی در تغییر و تحول حوزه بیمه داشته باشد و این ادامه مسیر پوشش دادن فریلنسرها و نوآوری دیگر هم شامل ارائه پیشنهادهای مبتنی بر مشتریان می‌شود. برای اشاره به نمونه‌ای از این نوآوری‌ها می‌توان به «بیمه به عنوان سرویس» اشاره کرد که به افراد این امکان را می‌دهد تا تهیه زمانی و سایل را بیمه کنند که در حال استفاده از آن وسیله موردنظر هستند و این‌ها نشان دهنده تغییرات سیاستی است که به نفع مشتری ناکارآمدی‌ها و هزینه‌ها از زنجیره ارزش بیمه‌ها هستند. اینشورتک لیموناد، یکی از بهترین تغییر کرده است.

شرکت‌های بزرگ بیمه هم متوجه تهدیدی که از سمت اینشورتک‌ها وجود دارد شده‌اند و یا باید آن‌ها رابه جالش پیشند و یا این که با آن‌ها وارد همکاری شوند. در این سطح اینشورتک‌ها می‌توان صنعت بیمه و شرکت‌های سنتی این حوزه، این شرکت‌های در یک مطالبات در اسرع وقت استفاده می‌کنند؛ آن‌هم زمانی که شرایط موردنظر روی سنتی باشند فناوری‌های مدرن را وارد سیستم موروثی خودشان کنند.

هوش مصنوعی با این صنعت باید خودش را برای تغییرات بیشتری در سال ۲۰۱۸ و در این حوزه افتاده را نادیده گرفت.

پلتفرم‌های هوش مصنوعی هم در انجام فرایندهای مربوط به مشتری کمک شایانی می‌کنند. در حوزه اینشورتک، فناوری هوش مصنوعی می‌تواند تغییرات به سزاگی در بخش‌های مطالبات، توزیع، تعهد و قیمت گذاری به وجود آورد.

همکاری‌های بزرگ توکنیم که بیشترین تأثیر را در فضای بیمه به وجود می‌آورند اشاره می‌کنیم. در صنعت بیمه و برای سال ۲۰۱۹ می‌توان انتخاب کرد، واژه «همکاری» است. این اینشورتک از فناوری بینایی رایانه‌ای است. بدان معنا که به جای رقابت میان بیمه‌گرهای اکثر اینشورتک‌ها وارد همکاری و مشارکت با بازیگران بزرگ ریسک شخصی برای فرد ایجاد کند.

این صنعت می‌شوند و در ارائه و پیش‌خدمات به مشتریان به مدیگر کمک می‌کنند. همکاری با اینشورتک‌ها به شرکت‌های بزرگ بیمه کمک می‌کند تا هزینه‌های توسعه محصولات جدیدشان را کاهش دهند و برخی از ریسک‌های یا منقول کنند. مزیت دیگری



توصیه‌های فروش، مختص افراد درون گرا

ترددآورنده: محمد رضا ابوالقاسم
کارشناس صدور شعبه شهید بهشتی

اگر من را در یک مهمناتی ملاقات کنید، من حرف زیادی برای گفتن ندارم. اگر در اتوبوس و چشم آن هانگاه کنید و به آن ها سلام دهید. این کار تأثیر شگفتی در فروش به ویژه متوجه خواهد داشت.

من یک کلام بشنید، در طول سفر حتی یک کلمه هم از من نخواهد شد.

مردم را به دقت نگاه کنید، آن ها متفاوت هستند.

بعد از یک سری مکالمات فروش ناموفق، ممکن است همه مشتریان احتمالی را نادیده بگیرید همه ما بسته به شرایطی که در آن هستیم ممکن است درون گرا و یا برون گرا باشیم افراد

زیادی هستند که مثلاً زمانی که خود میزبان مهمناتی هستند کاملاً برون گردیده ولی زمانی که نقش مهمانی را دارند که کسی را نمی شناسند درون گرا هستند. یا مثلاً افرادی هستند که وقتی سخنگو یا یک مدرس هستند، یک فرد برون گرا می شوند تا اطلاعات را منتقل خود را مجبور کنید که در اجتماع باشد

کنند اما زمانی که فقط در یک سمبان شرکت می کنند، شوابط کاملاً متفاوت است.

حالا چگونه می شود که ما در شرایط فروش، فردی برون گرا شویم زمانی که هیچ حسن شهر یا محله ای می روید که قبل آن جاذبه اید، آنقدر رفتن به یک جا را تکرار کنید تا توسعه های زیر باشیم این سوال را می دهنند:

احساس خود را بروز دهید

فروشنده علاقه مند به کارش، زمانی که در حال فروش کالای است، می خواهد حس خوبش را با تمام دنیا تقسیم کند، چون واقعاً این کار هیجان زده می شود زمانی که حس خوبی نسبت شما کمک می کند که در کنار دیگر فروشنده‌گان بتوانید صحبت کنید در این دوره ها فروشنده‌ها به دیگران شما را جطور می بینند و بیشتر هیجان شما برای اینه محصول دیده می شود

هر روز یک کار را که از آن ترس دارید، انجام دهید

خیلی مهم است که افراد درون گرا کارهایی را انجام دهند، که از محدوده امن شان خارج باشد. سر خود را شلوغ نگه دارید

زمانی که مدام کاری برای انجام دادن دارید، حتی وقت آن را ندارید که احسان ناخوشایندی پیشتر باشد، برنامه کاری خود را طوری تقسیم کنید که همیشه کاری برای انجام دادن داشته باشد.

است، پس دقیقاً این کار باید اولین کاری باشد که هر روز آن انجام می دهند تا بر ترسان غلبه کنند. با رعایت این نکته، شجاعت و باور کردن کم به فروشنده تزریق می شود.

گوش دهند. معمولاً تعداد خبرهای بد و استرسزا در اخبار بیشتر از خبرهای خوب است و به در مقابل انتقادات مقاوم باشید

در زندگی و کسب و کار و به ویژه در فروش موفق نخواهید شد مگر این که به شما انتقاد شود. همین دلیل گوش دادن به اخبار تنهای استرس شما را افزایش می دهد. اگر با خودروی به دنبال مشتریانی باشید که از شما انتقاد می کنند و زمانی که این کار را کردند، آنقدر پیگیر شخصی خود به محل کارشان میروید، به جای اخبار به یک موسیقی آرامش بخش گوش باشید که رضایت آن ها را جلب کنید. اگر محصول، شرکت خودتان را باور داشته باشد اینگزه کنید تا با تمرکز و نشاط، فعالیت روزانه خود را شروع کنید.

از کنار کسانی که آن هارا می شناسید، بی اهمیت را نشوید. خودتان را مجبور کنید که به

توسعه مهارت های یادگیری خود

ترجمه: جمشید عبدی
کارشناس صدور شعبه ارمغان

مرحله اول

ترجیحات یادگیری خود را برای هر کدام از بعد یادگیری پیدا کنید. توضیحات همه ترجیحات یادگیری را مطالعه کنید و بینید که کدام بیشتر با سبک یادگیری شما هماهنگ است.

۵. فرآیندان فعل

اگر قبل از فکر کردن دست به عمل می زنید، این خطر وجود دارد که به بیراهه بروید. باید موقعیت را بررسی کنید و قبل از این که اطلاعات دریافتی خود را با دیگران در میان بگذارید، با صبر و حوصله آن ها را هضم کنید.

۶. فرآیندان متفکر

اگر خیلی فکر می کنید این خطر وجود دارد که هیچ کاری انجام ندهید. بالاخره زمانی می رسد که باید تصمیم گیری کنید یا دست به کار شوید. سعی کنید هر وقت فرصتی بیش آمد،

مرحله سوم

در تصمیم گیری های گروهی شرکت کنید و اطلاعات خود را تا جایی که ممکن است به صورت کاربردی به کار بگیرید.

۷. فرآیندان حس

اگر خیلی بر حواستان تکیه دارید، می توانید به جای نلایش برای سازگاری با موقعیت های جدید، وقni مطالب را به اجزای کوچک تر تقسیم می کنید، معمولاً می توانید خیلی سریع به حل مسئله دست پیدا کنید. این کار به نظر مفید می رسد اما گاهی بازدهی چندانی ندارد.

۸. فرآیندان کل نگر

خودتان را مجبور کنید که کارهای آهسته انجام دهید تا ماتوجه شوید که چرا و چگونه آن ها را انجام می دهید. از خودتان بپرسید که اعمال تان در بلندمدت چطور به شما کمک خواهد

۹. فرآیندان تصویری

اگر خیلی بر حس های درونی خود تکیه می کنید، ممکن است جزئیات مهم را دست را متوقف کرده و کمی بیشتر به «تصویر بزرگ نز» فکر کنید.

۱۰. فرآیندان نگاه کننده

می کنند تا از نظری های دفعاً یا از آن انفصال کنید. شاید بهتر باشد، کمی با حوصله به دویدن را باموزید. سعی کنید قبل از به نتیجه رسیدن و تصمیم گیری، تمامی مراحل حل

۱۱. فرآیندان اطلاعاتی

اگر در «تصویر بزرگتر» برای تان آسان است، پس می توانید رسید و قبیل از راه رفتن، چنین نگاه کنید و خیلی سریع از روی آن ها رد نشود.

۱۲. فرآیندان مهارتی

دوسته ای با آن ها در میان بگذارید که بتوانند کاملاً اطلاعات را درک کنند و باموزند. به دارند. مهارت های یادداشت بردازی را در خود تقویت کنید و به دنبال موقعیت هایی برای توضیح احتمال زیاد در مخاطبان خود با ترجیحات یادگیری مختلفی روبه رو هستند و چالش شما این است که از روش های آموزشی متنوعی استفاده کنید و به آن ها کمک کنید تا خوب و سریع

۱۳. فرآیندان گفتاری

هدف انتقال اطلاعات از طریق نمودارها، فلوجارت ها و دیگر روش های تصویری، درک سریع اطلاعات است. اگر بتوانید مهارت های خود را در این رابطه تقویت کنید، می توانید زمان

۱۴. فرآیندان بینی

احتمال دارد روش های ارتقای و آموزشی شما برگرفته از ترجیحات یادگیری خودتان باشد. به عنوان مثال، اگر آموزش تصویری را به آموزش گفتاری ترجیح می دهید، انتقال ابرای یادگیری خود را به شدت کاهش دهید. به دنبال فرسته های یادگیری از طریق ارائه های سمعی-بصری باشید. وقتی یادداشت برمسی دارید، سعی کنید اطلاعات را بر اساس مفهوم شان دسته بندی و با استفاده از نمودار، فلش و غیره بین آن ها ارتباطات بصیری ایجاد کنید. از هر

فرصتی برای ایجاد نمودارها و جداول استفاده کنید.



مدیریت کیفیت جامع

گردد آورنده: علیرضا شمس
کارشناس صدور بیمه عمر و تأمین آته در دنیا رقابتی امروز، کیفیت به عنوان اصلی ترین موضوع مورد توجه تولید کنندگان تبدیل شده است. در این میان مدیریت کیفیت جامع به عنوان جامع ترین نوع توسعه و پیشرفت سازمانی افقی است و از کارکنان خواسته می شود تا فعالانه با مشتریان و تأمین کنندگان در سازمانی، مورد توجه جدی مدیریت است. از این رو شناخت دقیق مفهوم کیفیت و هزینه های تماش باشند.

سازمان به دنبال بهبود مستمر است. مفهوم «حد بهینه ضایعات» با مدیریت کیفیت جامع مختلف مرتبط با اجرای آن در سطح سازمان در تغییر مدیریت کیفیت جامع، اساسی و حیاتی است. چارچوب نظری و الگوهای موجود در نظام مدیریت کیفیت جامع، به تدریج و طی چند دهه پیش به وجود آمده اند در این میان افرادی مانند دینینگ، جوران و کرازی در شکل گیری روند مدیریت کیفیت جامع نقش اساسی داشته اند و نظرات آن ها به عنوان فلسفه های هشت رکن مدیریتی در مدیریت کیفیت جامع

۱- تعهد: تعهد نسبت به بهبود کیفیت جامع به عنوان مهمترین وظیفه تلقی می شود.
۲- توجه: به آموزش مستمر کارکنان و ارتباط با مشتری
۳- نتایج: نتایج بهبود برای کلیه همکاران سازمان تبیین و تعیین شود.
۴- تشکیلات: فراموش کردن ساختارهایی که فعالیت ها و پیشرفت های بهبود کیفیت را با توجه به تلاش های منابع انسانی سازمانی سهولت بخشد.

۵- برنامه ریزی: تلاش های بهبود کیفیت منابع انسانی باید پیش بینی و برنامه ریزی و در تمام سطح سازمان منتشر شود.
۶- جوابگویی: تشریح موقعیت در مواردی که کار افراد و تیم ها در بهبود کیفیت، اندازه گیری و بررسی شده است.
۷- تشخیص: وظیفه مدیریت، ایجاد روش های رسمی و غیر رسمی برای تشخیص تلاش های منابع انسانی و نتایج حاصل است.
۸- احیاء: فراموش کردن تشویق منابع انسانی در جهت دسترسی به کیفیت و ارزیابی این که چه کاری انجام شده و چه کاری انجام نشده است، به طوری که بتوان فرآیند را بهبود داد.

نتیجه گیری

مدیریت کیفیت جامع (TQM) راهکاری است که بواسطه آن رقابت پذیری فعالیت های سازمان از طریق بهینه سازی مستمر محصولات، سرویس ها، افراد و محیط کار به حداقل ممکن می رسد. آنچه مدیریت کیفیت جامع را از دیگر فلسفه های مدیریتی متمایز می گرداند پایبندی به شاخص های کلیدی، توجه به مشتری، توجه داشتم به مسئله کیفیت، تهدید طولانی مدت، کار گروهی، بهینه سازی مستمر، تعلیم و آموزش، ازدی عمل در کنترل، اتحاد در هدف و نهایتاً دادن اختیار و قدرت به کارمندان من باشد.

نظر به این که یک سازمان با روند کاری غیر اینم و یا با تولید محصولات غیر این هرگز است که بود.

* اولویت اصلی کسب خشنودی مشتری است و ساختار سازمانی باید به گونه ای باشد که خواهد توانست کیفیت و اعتبار لازم برای فعالیت در بازارهای جهانی را کسب کند لذا استقرار نظام TQM برای داشتن سازمانی با استانداردهای مناسب اینمی و پداشت امری ضروری است. امروزه همگرایی بین مدیریت و کارکنان برای این منظور فراهم شود.

* چرخه های تصمیم گیری در مدیریت کیفیت جامع مشارکتی است. مدیریت هم دیده روش های مدرن، با گارگیری فلسفه مدیریت کیفیت جامع (TQM) می تواند به مطلوب ترین نتایج در زمینه بهینه سازی مستمر برنامه ها و اهداف خود دست یابند.

ویژگی های مدیریت کیفیت جامع

منبع: وزارت تعاون، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج، مدیریت کیفیت جامع، ۱۳۸۷-۱۳۹۰ نمازی، محمد و همکاران، ۱۳۹۲، حسابداری مدیریت استراتژیک: از تئوری تا عمل، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت)، مرکز امام حسن مجتبی(ع) و استه به دانشگاه صنعتی مالک اشتر. لین بلوجر، چن، ترجیم علی پارساییان، ۱۳۹۵، حسابداری مدیریت با تأکید بر دیدگاه استراتژیک، انتشارات ترم، چاپ هشتم

۱۸ کسب و کاری که بزودی نابود می شوند

گردد آورنده: علیرضا معدنی
مسئول صدور نوخاheim در آینده نزدیک برخی از مشاغل حذف و یا محدود خواهد شد. چه باخاheim چه نوخaheim در آینده نزدیک برخی از مشاغل حذف و یا محدود خواهد شد. در عرض کسب و کارهای نوظهور از راه خواهد رسید. اگر امروز به فکر نباشیم، فردا دیر خواهد بود. مشاغلی که به تدریج حذف خواهد شد:

- ۹- دفاتر خدمات کپی و نشر و اسکن و ...
- ۱۰- دفاتر خدمات کپی و نشر و اسکن و ...
- ۱۱- روزنامه های کاغذی، به خصوص آگهی های روزنامه ای.
- ۱۲- برگزاری دوره های آموزش حضوری و مدارک حرفه ای.
- ۱۳- پیک های موتوری، زودتر از آنچه فکر می کنید با آمدن پیمادها تهدید جدی خواهد شد.
- ۱۴- آواس های تاکسی تلفنی غیر هوشمند.
- ۱۵- تعبیرگاه های خودرو و فروش لوازم یدکی، با توجه به ورود برندهای جدید و افزایش سطح کیفیت و ارتقای تکنولوژی خودرو و انجام تعمیرات بیشتر توسط نمایندگی های رسمی با توجه به ورود فروشگاه های زنجیره ای بزرگ (بیش از ۲۰۰ هاپر در حال ساخت است) و رشد نمایی فروش اینترنتی همانند فروش شرکت دیجی کالا.
- ۱۶- خدمات انبارداری و اجاره انبارها، با توجه به ورود نرم افزارها و تکنولوژی های جدید.
- ۱۷- تولید و فروش مصالح سنتی ساختمانی، مانند بلوک سیمانی و آجر و درب و پنجره سنگین و ...
- ۱۸- پوینک های متفرقه لباس و کیف و کفش.
- ۷- شغل ویژتسوری و فروشنده، به خصوص در شرکت های پخش مویرگی با توجه به اوج گیری با توجه جایگزینی مصالح جدید و ارتقای استانداردها.
- ۸- پلیس راهنمایی و آب های سفارش گیری مشتریان.

منبع: هنر مدیریت



«گربه» منظم ترین بازاریاب جهان

گردد آورنده: راضیه بنی هاشمی
معاون اداره نظارت بر امور شب و نمایندگان منطقه ۵
تنه دلیل بقا و افزایش جمعیت گربه ها بازاریابی است.

فرض کنید در محله شما دوست خانه وجود دارد، و محله شما قلصه زندگی پنج گربه است فرض کنید که شما یک جوجه کوچولو برای فرنڈان خردید اید و آن جوجه را در حیاط رهایی کنید! بسی تردید گلگوی استراتژی گربه می تواند در مارکتینگ هم مورد توجه قرار گیرد گربه های بسیاری چند دقیقه وارد ساختمان می شوید و چشم از جوجه بر می دارید. دلیل این که در یک خانه هیچ وقت جوجه ای را ندیده اند، آن خانه را ز لیست بازبینی خود حذف نمی کنند، برای آن ها هر خانه در هر زمان یک شکال گاه بالقوه است و در روز چندین محل هم در نگهبانی شود، ظرف چند دقیقه سریع شست جوجه همان و چند بار به آن جاسر می شنند. ترجمه این عمل گربه ها در زبان بازاریابی یعنی: در حقیقت و به عبارت ساده تر گربه های محل، همواره تماشی قلمرو خود را به صورت تمام وقت رصد می کنند و هیچ تغییر مرتبط با حوزه فعالیت آن ها از چشمان تبیین گربه ها پس به دلیل این که مدتی است از شما خردید نکرده است او را ز لیست مشتریان خود حذف نمی کنند و ارتباط خود را با او حفظ کنید.

از این پس وقتی چشم تان به چشمان گربه محله افتاد، به چشمان او خبره شوید، حتی متوجه برق شیطنتی که در چشمان اوست خواهد شد.



نگاهی به واژه نامه تشریحی بیمه

Area	منطقه- محدوده
Assignor	واعیت که بیمه عمر قابلیت و اگذاری به غیر را دارد، آن را به یک ابزار مالی قوی برای تضمین تسهیلات با نکی تبدیل کرده است. شرکت بیمه صحت و اعتبار و اگذاری را تضمین نمی کند.
Assignee	بیمه گز و بیمه گذار می توانند در صورتی که مابل باشد بدون رعایت ضایعه، خسارت را کلی تلقی نمایند.
Assurance	بیمه گذار و اگذارنده یا صاحب سندی تجاري که و اگذار می کند.
Assurer	بیمه نامه هایی که در آن پرداخت حق بیمه با موافقت قبلی (Past due) به تعویق می افتد اما مهلت مقرر (ن.ک: Grace period) منقضی نشده است.
Assured	شرکت بیمه ای است که توسط گروه تجاري یا مؤسسه دیگر به منظور ارائه انواع بیمه اولیه (ن.ک: Primary coverage) یا بیمه مستولیت (ن.ک: Liability insurance) برای اعضای مؤسسه و دسترسی به بازار بیمه اتفاقی تأسیس می شود به عنوان مثال، انجمن ناشران روزنامه در کشور آمریکا، «مؤسسه بیمه تابع انجمنی» را به منظور ارائه بیمه مستولیت برای اعضای انجمن ناشران روزنامه تأسیس کرده است.
Assurance company /Captive agent	فرانک آندروود سریع پیش می رود و در دولت آمریکا رشد می کند. او از یک عضو کنگره تبدیل به عضو سنا می شود و معاون اولی ریس جمهوری را به دست می آورد. او می تواند در یک رقابت تبدیل به ریس جمهور آمریکا شود و موقفيت های او یکی می شود با دنیا می شود اما این ها زروری شکلات موقفيت های اوست. وقتی که زروری باز می شود با دنیا متفقی از سیاست بازی های او مواجه می شود. فرانک آندروود باور کرده است که خداستا
Assessment	فرانک آندروود از موقوفات علم صحبت کرده باش. می دانید علم چیست؟ علم روشن شاید قبل ایشما در مورد تعریف علم صحبت کرده باش. می دانید علم چیست؟ علم روشن است که هر کس آن را پس بگیرد به یک نتیجه مشخص می رسد. مثلاً ریاضی علم است سروشت یک نفر بر یک مجموعه را تبیین کند. فرد تصمیم گیر نظر می کند که هر چون حاصل استفاده از روش جمع در مورد دو عدد مشخص همیشه یکسان است. علوم اجتماعی نیز این امر مستثنی نیست و ماهیت علم، بارها آن را ثابت کرده است. تنازع حاصل از روش های علم اجتماعی نیز کمابیش مانند روش های علوم دیگر از طریق آزمایش های از روشن های علوم اجتماعی نیز کمابیش مانند روش های علوم دیگر از طریق آزمایش های علمی به دست می آید. اما گاهی اوقات نمی توان روش های علمی را مستقیماً روی انسان ها تصمیماتی است که از او سر می زند. در بروسه تصمیم گیری عوامل مختلفی تصمیم را می سازند. در کنار همه عوامل، عامل حب و یعنی نیز از عوامل مؤثر است. در واقع تصمیم گیر نمی تواند شده و این نقطه آغاز تصمیم گیر مغرب است. ادعای کرد خوش آیند او در تصمیم گیر این نسبت و حال که حس خدا گونه نیز بر او غلب کرده، خروجی های تصمیمات به سمتی پیش می رود که برای ارضاء بغض هایش، تخریب کسی که تحت تأثیر تصمیماتش قرار می گیرد، تبدیل به یکی از گزینه های اجتناب ناپذیر می شود.
Assured	بیمه شده- بیمه گذار
Assurer	بیمه شده در بیمه های عمر (زندگی) را گویند و معادل واژه Insured در بیمه های غیر زندگی است. ن.ک: Insured
Atomic pool	بیمه نامه را به فرد یا نهاد دیگری و اگذار کند (بخشیدن، فروختن). به عنوان مثال، دارندگان بیمه نامه های عمر به هنگام دریافت تسهیلات با نکی، به منظور تضمین عدم نکول تسهیلات دریافتی از حقوق موجود در بیمه نامه خود را به باشک و یا مؤسسه اعتباری اعطای کننده وام منتقل می کنند بیمه نامه های عمر برخلاف بیمه نامه های اموال و حادث، به منظور توثیق قابل و اگذاری به فرد یا واحد تجاري دیگر می باشند.
Assignment clause, Life insurance	برای تصمیمات مخرب و تخریبی که حاصل از این تصمیمات است نمی توان نقطه پایانی متصور شد. نقطه پایان این تصمیمات مخرب، نقطه پایان تصمیم گیر است. کافیست دوباره نگاهی به ویدئو بالا بیاندازید تا فرانک آندروود سریال خانه پوشالی را در قامت یک شکلات بدون زروری بینند و مطمئن شوید امرزوze آگاهی جمعی به جایی رسیده که ۹۹,۷۵ درصد جمعیت جهان به این نتیجه رسیده اند که میمون پرستیدنی نیست.
Assignment clause: Life insurance	ویزگی در بیمه نامه عمر است که برای دارنده آن این امکان را فراهم می کند که یک بیمه نامه را به فرد یا نهاد دیگری و اگذار کند (بخشیدن، فروختن). به عنوان نمونه شرکت های بیمه می توانند بیمه نامه خاصی برای تأسیس هسته ای از جمله نیروگاه های اتمی صادر و صد درصد آن را به یک صندوق مشترک بین المللی که برای این منظور تشکیل شده است، و اگذار نمایند.

خانه پوشالی



نویسنده: علی کارخانه
Ir.Msc.Bsc

فرانک آندروود سریع پیش می رود و در دولت آمریکا رشد می کند. او از یک عضو کنگره تبدیل به عضو سنا می شود و معاون اولی ریس جمهوری را به دست می آورد. او می تواند در یک رقابت تبدیل به ریس جمهور آمریکا شود و موقفيت های او یکی می شود با دنیا می شود اما این ها زروری شکلات موقفيت های اوست. وقتی که زروری باز می شود با دنیا متفقی از سیاست بازی های او مواجه می شود. فرانک آندروود باور کرده است که خداستا می شود اما این ها زروری شکلات موقفيت های اوست. وقتی که زروری باز می شود با دنیا متفقی از سیاست بازی های او مواجه می شود. فرانک آندروود باور کرده است که خداستا مورد محروم قرار می دهد.

قسمت سوم

بسیاری از کسانی که در موقعیت تصمیم گیری و علی الخصوص تصمیمات تأثیرگذار بر شرایط دیگران قرار می گیرند دچار این وضعیت می شوند. با توجه به اینکه هرگونه تصمیمی می تواند سروشت یک نفر بر یک مجموعه را تبیین کند، فرد تصمیم گیر نظر می کند که هر تصمیمی که از او صادر شود صحیح است. بنابراین پس از مدتی در گیر یک احسان خدگونه از روشن های علوم اجتماعی نیز کمابیش مانند روش های علوم دیگر از طریق آزمایش های علمی به دست می آید. اما گاهی اوقات نمی توان روش های علمی را مستقیماً روی انسان ها تصمیماتی است که از او سر می زند. در بروسه تصمیم گیری عوامل مختلفی تصمیم را می سازند. در کنار همه عوامل، عامل حب و یعنی نیز از عوامل مؤثر است. در واقع تصمیم گیر نمی تواند شده و این نقطه آغاز تصمیم گیر مغرب است. ادعای کرد خوش آیند او در تصمیم گیر این نسبت و حال که حس خدا گونه نیز بر او غلب کرده، خروجی های تصمیمات به سمتی پیش می رود که برای ارضاء بغض هایش، تخریب کسی که تحت تأثیر تصمیماتش قرار می گیرد، تبدیل به یکی از گزینه های اجتناب ناپذیر می شود.





آموزه‌های مدیریتی (دزدی ملایم)

گردآورنده: جواد یاقوتی
کارشناس شعبه قم

حوال نیس تان نیست، ممکن نیست بواشکی از جیب اش ۱۰ هزار تومان بردارید (اصل از دوران دانشجویی، پنیرتان را زیچال مشترک خوابگاه کش رفته اند؟) راستش را بگوید آن سال ها با دیدن شیشه مریای هویج متعلق به یکی از دانشجویان، بی آن شان شما نیست و حتی فکر کردن به آن هم توهم امیز است) اما بارها و بارها از تلفن اداره که به او بگوید، کمی از آن را خورده اید؟! نه شما «دزد» بودید و نه آن دانشجویانی که پنیرتان را بواشکی برداشته بودند، اگر به جای پنیر با مریا، داخل زیچال «بول» دیده شخصی تان برداشت کرده اید اما غیر مستقیم شما ممکن نیست از حسابداری شرکت تان بودید، آن را بر نمی داشتید و آن دانشجویان هم همین طور این موضوع آزمایش دکتر در آریلی است که در زمینه اقتصاد رفتاری پژوهش می کند. او در تعدادی از زیچال های خوابگاه دانشجویی ۵ هزار تومان بول بردارید، ولی ممکن است به راحتی یک دسته کاغذ را به خانه ببرید. داشتگاه MIT آمریکا عپسته کوکاکولا قرار داد. همه نوشابه ها ظرف ۷۲ ساعت توسط دانشجویان برداشته شدند. آریلی در ادامه به جای نوشابه، بول در زیچال ها گذاشت. همان دانشجویانی که نوشابه ها را برداشته و خورده بودند، به بول ها دست نزدند و سرانجام خود دکتر آریلی، بول ها را جمع کرد. او آزمایش های بیشتری انجام داد. مثلاً در یک آزمایش به دانشجویان تعدادی سوال دادند: به آن ها گفته شد به ازای هر پاسخ صحیح، مبلغی بول نقد می گیرند. به گروه دیگر ولی نمی گوید که وقتی که دستش بوده، گوش ای از آن به لبه میز گرفته و نخ کش شده دادند، به آن ها گفته شد به ازای هر پاسخ صحیح، ژتون می گیرند و می توانند آن ژتون را در همان گفته شد در قبال هر پاسخ صحیح، ژتون می گیرند و می توانند آن ژتون را در همان اتاق، به بول نقد تبدیل کنند. نکته این بود که هر دانشجو، خودش تعداد پاسخ های صحیح اش باشد که هر آنچه ارزش مالی دارد، درست مانند خود بول است و همان طور که در قبال بول رامی شمرد و به متحن اعلام می کرد و بر اساس خوداظهاری، «بول» یا «ژتون قابل تبدیل و دزدی آن، حساب هستیم درباره دیگر چیزهایی که ارزش بولی دارند نیز حساب باشیم. به بول» می گرفت.

پیشنهاد سازمانی

فکر می کنید دانشجویان کدام گروه بیشتر مرتب تقلب شدند؟ به عنوان صاحب یک کسب و کار، ساز و کارهای سازمانی را طوری بچینید که مراقبت از اموال دانشجویانی که فرار بود بول بگیرند، کمتر تقلب کردن ولی گروه دیگر با ناراستی، نمرات خود را بیش از واقعیت اعلام کردن. علت این است: انسان ها نسبت به «بول» حسابی بیشتری دارند و اگر درستکار باشند، هرگز به «بول» دیگران تعید نمی کنند اما این حسابی در قبال اشیاء دیگری که آن ها نیز ارزش بولی دارند، کمتر می شود؛ شاید اسم این پدیده را بتوان «دزدی ملایم» گذاشت. آزمایش دانشجویان و بول و ژتون را مرور کنید: وقتی فرار بود «بول» بگیرند، کمتر تقلب می کردن ولی وقتی فرار بود «ژتون» بگیرند بیشتر تقلب کردن و حال آن که می دانستند می توانند آن ژتون ها را در همان اتاق بپیشنهاد تربیتی

به فرزندان خود، حفظ حقوق دیگران را به طور مشخص و با تعیین مصدق ها و گفتن مثال ها بپیشنهاد فردی

باید دهید؛ به آن ها بگوید که هر آنچه مشخصاً متعلق به خودشان نیست، اعم از بول و اشیاء به عنوان یک انسان درستکار، حواس تان به این باشد که ممکن است در قبال اموال غیر بولی دیگران، حسابیت کمتری داشته باشید و تاخوادگاه به حقوق آن ها تعید کنید. مثلاً وقتی استفاده کنند

منبع: کتاب تابخردی های بیش بینی پذیر-نوشتہ: دن آریلی

تعجبه ای برای فردا

گردآورنده: شروین شیرخدا

مسئول واحد صدور بیمه های عمر و تامین آتیه

حدود هشت سال از اولین روزی که به بیمه پاسارگاد بپوستم می گذرد. در این مدت با خاطر موقعیت شغلی توانستم تجربیات زیادی به دست آورم. از سال ۱۳۹۳ بنابر وظیفه محله، این افتخار نصیب شد که از طریق سفر به اقصی نقاط کشور در قالب (اموریت اداری) و یا دعوت از همکاران سایر شعبه بیمه پاسارگاد، شاهد حضور نسل جدیدی از همکاران انتقال دهم. با آغاز دهه دوم عمر شرکت بیمه پاسارگاد، شاهد حضور نسل جدیدی از همکاران در شعبه های بیمه پاسارگاد هستیم و انجایی که شاید نتوانم با همه عزیزان در یک زمان و مکان مشخص دیداری داشته و با دوستان آشنا شویم، این ایده به ذهن رسید که آنچه را در طول این سال ها و کاملی داشته باشد.

آج به پیش روی شماست سخنی با همکاران جدید است که امیدوارم با خواندن آن بتوانند در ۵- محقق بودن و جستجو در اینترنت (استفاده از اینترنت) یک کارشناس صدور بیمه عمر و تامین آتیه باید همیشه حس محقق بودن را داشته باشد و آگاه باشد که در صنعت بیمه و سایر شرکت ها چه خبر است؟ چه می گذرد؟ آیا محصول به لطف تلاش های بیمه سازمان فروش، موقعیت بیمه در رشته کارشناسی پاسارگاد در صنعت بیمه در شعبه های بیمه عمر و تامین آتیه جایگاه رفیعی یافته است و این مهم باعث شده تا تمام همکاران جدیدی به بازار آمدۀ است؟ و با تجزیه و تحلیل موقعیت صنعت و ارائه آن به مدیریت موبوطه در پیشرفت شرکت بیمه پاسارگاد داشته باشد اما باید با ماهیت این محصول تلاش ماضعیتی در پیشبرد اهداف بیمه پاسارگاد داشته باشد اما باید با ماهیت این محصول نیز به درستی آشنا شوند. هشت عامل موقعیت آتیه در صدور بیمه نامه های عمر و تامین

آنچه را به شرح زیر توضیح خواهند داد:

۱- درگ محصلون نه حفظ محصلون یک کارشناس بیمه عمر و تامین آتیه باید بداند که موتور و محرك اصلی شرکت بیمه پاسارگاد نمایندگان و صاحبان اصلی این شرکت بیمه گذاران هستند. یک کارشناس باید درگ صحیحی از موقعیت خطیر نمایندگان و شرایط فروش و قوانین حاکم بر فروش بیمه عمر و همچنین تعدادی از همکاران در دوران تحصیل خود در مقطع کارشناسی رشته تحصیلی غیر مرتبط مانند (حسابداری و کامپیوتر و...) را موقتی آند و کار به مراتب سخت تری نسبت به همکاران دارند که رشته های مرتبطی مانند (مدیریت بیمه، بازگانی) را موقتی آند به این دوستان

۲- عدم مقایسه با سازمان ها و نهادهای دیگر توصیه می شود در ابتدای کار کتاب (اصول بیمه) نوشته (آیت کریمی) را تهیه و مطالعه کنند

۳- تعدادی از همکاران که به تازگی به بیمه پاسارگاد اضافه می شوند، دچار خطأ و انتظارات بزرگ و فاحش می شوند و انتظاراتی دارند در حالی که شکل گیری چنین تصویری باعث گمراه شدن و تأثیر منفی بر روی عملکرد یک کارمند دارد.

۴- پیشبرد سریع کار خود را به حفظ محصلو می آورند و از درگ محصلو غافل می شوند. این است که تامیسی کارشناسان ابتدا ماهیت محصول را فراگیرند و این مهم باعث ایجاد پیشرفت با ساختار اداری بیمه پاسارگاد آشنا سازند.

۵- برقراری ارتباط صمیمی و قابل احترام با مدیران شعبه، منطقه و ستاد در کار می شود.

۶- برقراری ارتباط قوی با مسئول مربوطه یا کارشناس خبره کارشناسان جدیدی که وارد بیمه پاسارگاد می شوند در روزها و شاید ماه های اول معمولاً نمی توانند صمیمی با آن ها داشته باشند و از ضرورت برگزاری جلسات منظم در خصوص نیازها و مشکلات موجود در شعبه سخن گویند و خواسته ها و نیازهای خود را به صورت شفاف با مدیران در با مسئول شعبه یا کارشناسان قدیمی تر و خبره شعبه ارتباط برقرار کنند بهتر است دوستان جدیدی که به مجموعه اضافه می شوند هرچه سریع تر با مسئول و کارشناس میان بگذارند.

۷- این هشت عامل را به زعم اینجانب می توان کلید موقعیت در امر صدور بیمه نامه عمر و قدریمی هم در ایجاد ارتباط بهتر و انتقال تجربه کمک و همراهی لازم را داشته باشد.

۸- تأمین آتیه داشت، به شغل خود افتخار می کنم و این که می توانم در صنعت بیمه حضور داشته باشم و به بیمه گذاران و بیمه شدگان خدمت کنم از خدای خود سپاسگزارم.

۹- آ- استفاده از آینه ها و بخش نامه های ارسالی از مرکز در پایان برای همه همکاران آرزوی موفقیت و سلامتی دارم و امیدوارم که نوشتن این متن بتواند تاکson ۱۸ بخش نامه و تعداد زیادی دستورالعمل درخصوص صدور بیمه نامه های عمر و تامین آتیه از مدیریت بیمه های عمر و تامین آتیه به سایر شعبه ها ارسال شده است. مطالعه این موارد

کم کوچکی در ارتباط هرچه بپردازد با وظیفه محول شده برای شما عزیزان داشته باشد.



هفت سین یادگار کهن مردم ایران زمین

عدد «هفت» نزد ایرانیان قدیم مقدس بود و به خاطر ستارگان هفتگانه یعنی «زهرا، مشتری، عطارد، زحل، مریخ، زمین و خورشید» عدد هفت را گرامی می‌داشتند. نیاکان ما که زرتشتی بودند، اعتقاد داشتند که عقل مقدس یعنی «اهورامزدا» که به او «سپند مینو» نیز می‌گفتند، شش وزیر بزرگ به نام «امشاپنداش» دارد که یعنی مقدسان جاویدان و این اهورامزدا هستند و نامهایشان به ترتیب عبارتند از: (واژه‌ها به صورت فارسی آمده‌اند) پهلوی و اوستایی)،^۱- بهمن ۲- اردیبهشت ۳- شهریور ۴- سفیدارمذ یا اسفند ۵- خرداد ۶- امیرات یا مرداد یا پنایر غلط مشهور مرداد. «آنچه از اوستا بر می‌آید در راس این شش امشاپنداش گاه «سپند» با سین شروع می‌شده، روی این اصل به علامت آن هفت مقدس جاویدانی، چیزهایی در نظر گرفته می‌باشند» قرار داشته و گاه اهورا مزدا، و با این افزوده عدد هفت را کامل می‌کرده‌اند.

همچنین گاه به جای اهورا مزدا، ایزد سروش را برای کامل کردن عدد هفت افزوده‌اند.^۲

شده که هم با حرف سین شروع شده باشند و هم مورد استفاده مثبت بشر واقع شوند. اعضا خانواده همه در تپ و تاپند، تا ساعت تحولی سال نو انگذی پیشتر نمانده، دختر امشاپنداش ارتباط معنایی بافت نشده است. و همین با پیش از معنای اندیشه نیک اش را غایب می‌دهد تا قارآن و سبزه در دل آن بنشیند، همه اعضای خانواده به دور سفره عید می‌نشینند و سال نو را با صمیمت آغاز می‌کنند. نوروز دریای سفره ایی که اجزاء آن همگی راز هنرورتات با خرداد: رسایی و تندرستی امراتی یا بیمرگی (الف در اول کلمه امرات نفی کننده است مرداد به تهایی به معنی مرگ و نیستی است) «اگر در درازای زمان هفت «سینی» یا در همین کتاب در سبب ایجاد نوروز می‌نویسد: اما سبب نهادن نوروز آن بوده است که چون هفت میوه یا گل یا سبزی که با سین اغاز می‌شوند و هر یک با نشانه ای از پروردی و اهمیت این سنت و قصی اشکار می‌شود که در جوامع امروز با کمنگ شدن ارزش و تندرستی تلقین شده‌اند، در آنجا باید بای ذوق لطیف ایرانی را جستجو کرد آن چیزهایی که کجا آغاز شده و چگونه به مارسیده است؟ سفره هفت سین با نوروز پیوند ناگستینی دارد و جزی از آن است، و چنانکه در مقاله «بدین بایستی روزی» آمد، گذشته نوروز و نقطه اغایی آن چندان مبهم و به افسانه امیخته است که برای یافتن چرایی آن جز توسل به پیش از آینه‌های باستانی را بد آوری می‌کند.

اسطوره‌ها و افسانه‌های راهی باقی نمایند. امروزه این خوان نوروزی در اقصی نقاط کشور گستره می‌شود: «سفره ایی محدود به ترکیب لغوی سین در همه جا رایج نیست اما اصل گسترش سفره عمومیت دارد. چه در تمام شهرها و روستاهای ایران گستره می‌شود. این خوان مجموعه‌ای است بسیار متنوع از آنچه که در زندگی به آن محناجند»^۳ برخلاف نصویر عامه که هفت سین را فرا گیر و همگانی می‌دانند، انسانی می‌افروزیم که روشانی و تابش ایش را به یاد می‌آوری می‌کند. انسانی ترکیبات دیگر با عدد هفت در کشورمان رایج است مانند هفت شین که در میان هموطنان زرتشتی رواج دارد: بعضی هفت سین را در اصل هفت شین می‌دانند: شراب و شکر، کاسه آب زلال به شانه همه آب‌های خوب جهان و ماهی زنده در آب به شانه تازگی و شادابی،^۴ با شهد و شیر، شمع و شمشاد و شانه یا شابه (میوه) و برخی آن را صورت گونه هفت چین مقایسه ای میان معنای نام امشاپنداش (که نام ۶ ماه از سال های شمسی نیز هست) و کنایات و استعاره‌های اجزاء سفره هفت سین اشکار می‌گردد که جز سپننه و اسنند که تنها تکرار می‌نماید بر سر سفره نهاده‌اند: مرغ، ماهی، میوه، ماست، مریما، مسقطی و میگو^۵ چنانکه بر واژه است این در سفره عید آنچه مشترک است عدد هفت است و آینه و کتاب مقدس (در میان در طی اعصار طولانی است.

به هر روز تنهایی می‌توان گفت که خوان نوروزی که اجزاء آن با عشق چند شده‌اند، بر رخسار مسلمانان قرآن و زرتشیان اوستا) و البته آب و ماهی زنده در درون آن. زیبای محبت و مودت خانوادگی زیبایی طبیعت و رنگ‌های اعجاب اور آن را هم خواهد افزود.

عدد هفت عددی مقدس در نزد ملل مختلف است و از جمله در ایران به دلایلی این عدد

قدس شمرده می‌شده است: هفت اسلام، هفت شهر عشق، هفت خوان رستم و هفت سین



نوروز، در تاریخ و تقویم

را دریافتند ملکان عجم از پهلوی بزرگداشت آفتاب را از پهلوی آن که هر کس این روز را در نتوانستندی یافته، نشان کردند و این روز را جشن ساختند و عالمیان را خبر دادند تا هنگام آن در آغاز یافتن است، سالی گذشته و سالی می‌اید از آن که گذشته باد کنیم و نیکی ها و اینشان را بازگردانند و آن تاریخ را نگاه دارند. در جای دیگر می‌نویسد: چون کیومرث، اول از ملوک عجم را باداند و آن تاریخ را نگاه دارند، همه اعضای خانواده به دور سفره عید می‌نشینند و سال نو را با صمیمت آغاز می‌کنند. نوروز دریای سفره ایی که اجزاء آن همگی راز نشینند و سال نو را با معنایی پنهانی و بالاترین راستی و پاکی سپننه ارمی تی یا سفندارمذ (اسفند) فروتنی مقدس بدانند بنگریست که آن روز بامداد آفتاب به اول دیقه حمل آمد، میان را گرد و بفرمود که تاریخ اینجا آغاز کنند و موبدان جمع آمدند و تاریخ نهادند.

باشادی و امیدواری همراه باید باشد. در همین کتاب در سبب ایجاد نوروز می‌نویسد: اما سبب نهادن نوروز آن بوده است که چون در همین کتاب در سبب ایجاد نوروز می‌نویسد: اما سبب نهادن نوروز آن بوده است که چون بی‌با کهن و مسخ نشده بخشی نیز بیشتر درباره چگونگی برگزاری این های آن در دوره های گوناگون تاریخ کشور ماست و می‌توان گفت، هنوز تجزیه و تحلیل تاریخی مستند و گستجوی دانشی در انگیزه های پیدایش این عید بزرگ اریاضی انجام نگرفته و ریشه های علمی و نجومی آن چنانکه باید و شاید روشن نگردیده است. بجز ابوریحان برونی و نویسنده دریاره تاریخچه نوروز تا کنون سخنان فراوان گفته و نوشته اند که بخشی از آن ها افسانه های باز در جای دیگر نوشته است از این تاریخ (عنی از زمان نهادن تاریخ به دست کیومرث) باز در جای دیگر نوشته است از این تاریخ (عنی از زمان نهادن تاریخ به دست کیومرث) اما افسانه ها دریاره پیدایش نوروز فراوان است از آن جمله: پرواز چمشید در هوای مظالم نامعلوم نوروزنامه کمتر کسی دریاره بنیاد پیدایش نوروز اندیشیده و تحقیق کرد است.

هزار و چهارصد سال گذشته بود و آفتاب اول روز به فروردین و به برج نهم آمد (در بادشاهی فلک و تهمورث) چون کبیسه نمی‌کردند، آغاز سال و نوروز تقریباً در این مدت نه ماه عقب افتاده بود) چون از ملک چمشید چهارصد و بیست و یک سال بگذشت چمشید و از فروردین و مسخ شده، صورت این دور (عنی دور اول از زمان تاریخ گذاری کیومرث و دور دوم از آغاز افريشنس) تمام شده بود و آفتاب به فروردین خوش بی اول حمل باز آمد. پس در این روز که باد کردیم، جشن ساخت نوروز نام نهاد و جشن این اوری، پادشاهان و دیگر مردمان بدو اقتدار کردند.

باز در جای دیگر نوشته است از این تاریخ (عنی از زمان نهادن تاریخ به دست کیومرث) اما افسانه ها دریاره پیدایش نوروز فراوان است از آن جمله: پرواز چمشید در هوای مظالم نامعلوم نوروزنامه کمتر کسی دریاره بنیاد پیدایش نوروز اندیشیده و تحقیق کرد است.

نشست او در نوروز، آغاز گشتن آسمان، تجدید دین، ساختن تخت و تابیدن نور بر آن، گشتن فلک و برج ها، گردونه بلور چمشید، تخت چمشید در برابر آفتاب، بر گوساله نشستن چمشید و از این گونه مطالب که اگر هم مبتنی بر واقعیت بوده اند همه فراموش و مسخ شده، صورت خواجه و افسانه بر خود گرفته اند.

ابوریحان برونی در کتاب (التحیم لاویل صناعه التجیم) در سبب نهادن نوروز می‌نویسد نوروز چیست؟ تختین روز است از ماه حمل، زین جهت روز نوام کردند زیرا که پیش از سال نو است. اعتماد آریاضی ها اند نوروز نخستین آنست که اول روزی است از آن جمله: پرواز چمشید در هوای مظالم از زمانه ای که در اواخر سده پنجم هجری تألیف شده دریاره منشای نوروز و تحولات اما در کتاب نوروزنامه که در اواخر سده پنجم هجری تألیف شده دریاره منشای نوروز و تحولات آن اشاره هایی دقیق و سودمند و مهمی آمد است:

نویسنده نوروزنامه اند آریاضی های بدبستان معتقد است که در افريش حركت خورشید در پاسخ نهادن هنگام از بدبستان معتقد است که در افريش حركت خورشید در

درجات برج های طور قهقهایی تغییر یافته تا در یک دور طولانی دویاره به همان روز و ساعت در هنگام روز فروردین از اولین درجه برج حمل شروع شد و می‌گوید: چون ایزد تبارک و تعالی بدان هنگام که فرمان فرستاده که ثبات برگیرد (عنی خورشید به حركت در بیاید).

در جات برج های طور قهقهایی تغییر یافته تا در یک دور طولانی دویاره به همان روز و ساعت که در آغاز حركت کرده بدباز آمد و این مدت ۱۴۶۰ سال طول کشید و نخستین کسی که این روز (عنی نوروز حقیقی) را دریافت کیومرث بود و آن را آغاز تاریخ تعیین کرد و دویاره دور دوم از بدباد روز همزد، از نخستین درجه برج حمل و روز اول بهار شروع شد.

۱- دکتر برومیند سعید جواد نوروز چمشید ص ۲۲۶

۲- همان ص ۲۲۸

۳- همان ص ۲۲۷

۴- رضی هاشم، دانشنامه ایران باستان ج ۱ صص ۴۰۹-۴۳۹

۵- آموزگار زاله، کلک بهمن و اسفند ۱۳۷۰ ش ۲۲-۲۴ دانشنامه مژده‌سنا تالیف دکتر جهانگیر اوشیدری



پرداخت خسارت آتش سوزی ۱۱۱ میلیارد ریالی به شرکت صنایع پلاستیک پوشینه

خسارت انبار شرکت صنایع پلاستیک پوشینه که به علت حادثه آتش سوزی متحمل خسارت های سوله و محصولات پلاستیک BOPP موجود در آن که تولید این محصول برای اولین بار در کشور توسط این شرکت انجام شده و جهت مصارف بسته بنده کاربرد دارد، همچنین سایر عده ای شده بود، توسط شرکت بیمه پاسارگاد پرداخت شد.

خسارت آتش سوزی یکی از انبارهای محصولات تولیدی کارخانه شرکت صنایع پلاستیک پوشینه در جاده ترانزیت تاکستان-ایهر به مبلغ ۱۱۱ میلیارد و ۱۰۷ میلیون و ۷۳۱ هزار ریال گفتگی است، شرکت صنایع پلاستیک پوشینه در سال ۱۳۷۶ با بهره گیری از تکنولوژی مدرن دنیا بر اساس گزارش های دریافتی، با پیگیری های مدیریت بیمه های آتش سوزی و کارشناسان تأسیس شد. زمینه فعالیت این شرکت تولید فیلم پلاستیک BOPP برای اولین بار در ایران، تولید فیلم پلاستیک CAST FILM، تولید فیلم متالبز و چاپ فیلم و کلیشه سازی و در زمینه صنایع چاپ عمل آمد. مبلغ خسارت ارزیابی و طی دو مرحله علی الحساب و قطعی با گذشت ۵ ماه از وقوع حادثه از محل بیمه نامه آتش سوزی به شرکت صنایع پلاستیک پوشینه پرداخت شد.

در پی وقوع آتش سوزی باشد و بعد از بیان اصلی شرکت صنایع پلاستیک پوشینه در این راستا شرکت صنایع پلاستیک پوشینه طی مرقومه ای مراتب قدردانی خود را از شرکت بیمه پاسارگاد اظهار داشته و همچنین مدیرعامل شرکت کارگزاری بیمه یاری رسان نیز مراتب قدردانی خود را از بررسی و پرداخت این خسارت اعلام نموده است.



پرداخت خسارت به شرکت آریا کاوان اطلس

بیش از سیزده میلیارد ریال خسارت آتش سوزی واحد صنعتی آریا کاوان اطلس از بیمه گذاران شعبه مشهد، پس از بررسی های کارشناسی انجام شده و تکمیل پرونده، در حداقل زمان ممکن با حضور زمانیان بزی نماینده کد ۴۱۸ به بیمه گذار پرداخت شد.



اشاعه فرهنگ بیمه عمر و تأمین آتیه در شهرستان گلوگاه

جشنواره صنایع دستی و غذای سنتی شرق استان مازندران، با حضور جواد محمدپور نماینده کد ۴۰۲۹ برگزار شد.

این نماینده کوشای حمایت شعبه پیشتر نسبت به ایجاد غرفه در جشنواره صنایع دستی اقدام نمود و در طول این مدت ضمن معرفی بیمه عمر و تأمین آتیه، موفق به ارائه این بیمه نامه به بازدیدکنندگان از نمایشگاه شد. همچنین روسای جهاد کشاورزی شهرستان گلوگاه و بخش کلبد از پوشن بیمه نامه عمر و تأمین آتیه کارکنان استقبال نمودند.



صدور شش هزارمین بیمه نامه عمر و تأمین آتیه در شعبه آبادان

به مناسبت صدور شش هزارمین بیمه نامه عمر و تأمین آتیه شعبه آبادان مسامی با حضور نماینده عمومی، مدیران فروش و نمایندهان فروش بیمه عمر و تأمین آتیه این شعبه برگزار شد.

در این مراسم که در محل شعبه آبادان برپا شد، نمایندهان حاضر با تزیین کیکی با شما میل بیمه نامه عمر و تأمین آتیه به امید گسترش فرهنگ بیمه عمر و دستیابی به پیشرفت های روزافزون در زمینه ارائه هر چه گسترده تر این بیمه نامه با همکاران شعبه هم پیمان شدند.

نگاهی به عمل به تعهدات به بیمه پاسارگاد در منطقه ۳

با اینده نگری و دوراندیشی مالک نمایشگاه مژون لباس عروس جمیل در شهر کاشان، خسارت مبلغ ۵ میلیارد و ۵۶۶ میلیون ریال به زیان دیدگان خسارت آتش سوزی مجتمع تجاری و بیصر کاشان توسط بیمه پاسارگاد پرداخت شد.

براساس گزارش های دریافتی، به علت انصال برق یکی از طبقات ساختمان متعلق به مژون لباس، منجر به خرابی و از بین رفتن اموال این محل شد.

گفتگی است پس از تشکیل پرونده در شعبه کاشان و بررسی کارشناسان مربوطه در کوتاه ترین زمان ممکن خسارت وارد به مبلغ ۹۰ میلیون ریال به بیمه گذار پرداخت شد.

نمایشگاه مژون لباس عروس جمیل به مدت یکسال با سرمایه ای به مبلغ ۸ میلیارد و ۵۵۰ میلیون ریال و با حق بیمه ۹۴۰ میلیون و ۹۶۰ هزار ریال تحت پوشش بیمه آتش سوزی پرداخت شد.

گفتگی است از زیبایی خسارت تمام واحدهای این مجتمع طی دو روز توسط کارشناسان بیمه پاسارگاد انجام شده است.

پرداخت ۱۸ میلیارد ریال توسط شرکت بیمه پاسارگاد به مصدوم یک حادثه رانندگی

به دنبال وقوع این تصادم پرونده ای در شعبه اصفهان شرکت بیمه پاسارگاد تشکیل و پس از تشخیص پژوهشکی قانونی از آن جا که میزان صدمات بدین و آسیب های وارد به راکب موتور سیکلت بسیار زیاد بود میزان دیده وارد به این مصدوم طبق رأی مقام قضایی ۷۹۲۸۳ نفر شتر تعیین شد که پس از انجام بررسی های لازم و با توجه به تعهد شرکت بیمه و ارزش ریالی هر نفر شتر در سال جاری، مبلغ ۱۸ میلیارد و ۷۷۷ میلیون و ۲۸۰ هزار ریال دیه تعیین و در نهایت خسارت تعدد دیات از محل پوشش بیمه نامه شخص ثالث مقص خادمه از سوی شرکت بیمه پاسارگاد به حساب سپرده دادگستری شهرستان برخوار پرداخت شد.

گفتگی است پرداخت خسارت به مصدوم حادثه رانندگی هشداری است به رانندگان وسائل نقلیه تا در زمان نهیه بیمه نامه شخص ثالث به سقف تعهدات بیمه نامه خود توجه نمایند، جرا که اهمیت بیمه نامه شخص ثالث را می توان در این حادثه به وضوح مشاهده کرد.



گوده‌مایی نمایندهان فروش بیمه عمر و تأمین آتیه در شهر آستانه

گوده‌مایی نمایندهان فروش بیمه عمر و تأمین آتیه کد ۹۱۶، در شعبه آستانه به رهبری محمدرضا سکان مدیر آموزش این گروه و خانزاده مدیر فروش ایشان به همراه رئیس شعبه آستانه برگزار شد در این گوده‌مایی رئیس شعبه آستانه به همراه مدیران گروه ۹۱۶، ضمن قدردانی از نمایندهان پر تلاش، برای کلیه نمایندهان فروش در سال ۹۸ آرزوی موفقیت کرد و برنامه های عملی برای اجرا در سال جدید را ارائه نمود.



برگزاری جشن های دهه فجر با هدف توسعه بیمه در شهرستان خوی

مراسم جشن سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی با هدف ترویج فرهنگ بیمه عمر و تأمین آتیه توسط حسین قلی زاده نماینده کد ۴۴۲۲ و با حمایت شعبه خوی برگزار شد.

در این مراسم که به مدت ۱۰ شب در اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان خوی برپا شد، از اداره برق، شهرداری، تاکسیرانی، پهپادیستی، مدارس دولتی و غیر دولتی و سایر نهادها حضور داشتند.



برگزاری دوره تحلیل رفتار متقابل برای همکاران و نمایندگان استان فارس



آشنایی کارکنان و نمایندگان با اصول تحلیل رفتار در سطح کارشناسی و مدیریتی، توامندسازی دوره آموزش TA (تحلیل رفتار متقابل) با حضور کارکنان و نمایندگان عمومی استان فارس برگزار شد. در راستای افزایش قابلیت تحلیل و کنترل رفتارهای مخرب، ریشه یابی مشکلات رفتاری و اختلافات فردی در گروه‌ها و تیم‌های سازمانی، جایگزینی رفتارهای مخرب با رفتارهای مؤثر و مشاور کسب و کار در سالن همایش مجموعه رفاهی دانشگاه شیراز برپا شد.

در این کارگاه آموزشی تحلیل رفتار متقابل موضوعی از قبیل؛ شناخت ۲ من در هر انسان، انواع من، نقش فردی و گروهی، شناسایی نقاط ضعف رفتاری و پیشگیری از ایجاد اختلافات منمرکز و توامندسازی در روش‌های حل اختلاف فردی از اهداف دوره آموزشی تحلیل رفتار متقابل من ها در مذاکرات، روش‌های انجام یک مذاکره موفق و انواع رفتارها در مذاکرات مورد توجه و بررسی قرار گرفت.

تعامل دو جانبی سپریست منطقه ۹ با مدیریت بانک سپه استان خوزستان



در راستای همکاری هرچه بیشتر شرکت بیمه پاسارگاد و بانک سپه جلسه با حضور مدیر کل بیمه‌های اموال، مدیر بیمه‌های آتش سوزی، معاون مدیر مالی و سپریست منطقه ۹ با حضور مدیریت شعب بانک سپه استان خوزستان در تاریخ اول اسفند ماه در شهر اهواز برگزار شد. میزبانی مدیریت بانک سپه استان خوزستان در این مراسم شعبه اهواز به شهر اهواز برگزار شد.

در این دیدار طرفین ضمن بررسی میزان سپرده‌های بانکی و بیمه‌های مربوطه بر افزایش همکاری متقابل تأکید نموده و خواستار زمینه سازی جهت بهره مندی هرچه بیشتر از ظرفیت‌های متقابل شدند.

در پایان ضمن ایاز امیدواری مدیر شعب بانک سپه استان خوزستان مبنی بر گسترش فعالیت‌های متقابل، مقرر شد تفاهم نامه‌ای به جهت ارائه خدمات بیمه به کارکنان این بانک تنظیم و منعقد شود.

جلسه افزایش همکاری مدیریت منطقه ۱۰ با مدیریت بانک سپه استان مازندران



جلسه مشترک به منظور توسعه همکاری با مدیریت بانک سپه استان مازندران با حضور مدیر کل بیمه‌های اموال، مدیر بیمه‌های آتش سوزی و مدیر منطقه ۱۰ برگزار شد.

پیرو همراهی‌های انجام شده توسط مدیریت منطقه ۱۰ با مدیریت امور شعب بانک سپه استان مازندران، جلسه‌ای با حضور مدیر کل بیمه‌های اموال، مدیر بیمه‌های آتش سوزی و سپریست شعبه ساری، اول بهمن ماه در شهرستان ساری برپا شد.

طی این جلسه در ارتباط با نحوه ارائه انواع خدمات بیمه مذکوره شد که در نهایت تفاهم نامه همکاری در زمینه انواع خدمات بیمه جهت کارکنان بانک سپه استان مازندران با بیمه پاسارگاد منطقه ۱۰ منعقد شد.



گردهمایی حمایت از بیماران سرطانی با حمایت بیمه پاسارگاد
گردهمایی بزرگی در سالن ۲۵۰۰ نفری هلال احمر شهر ساوه به منظور حمایت از بیماران سرطانی با حمایت منصوره شجری مدیر فروش بیمه عمر و تأمین آتیه کد ۴۵۷ برگزار شد.
در این همایش گلباتی در خصوص ارزش حرفة نمایندگی فروش بیمه عمر و تأثیر آن در زندگی اجتماعی خانواده ها از نظر سرمایه گذاری و پوشش‌های بیمه مطرح شد.

همین‌جا در این همایش علاوه بر ارائه آموزه‌هایی از بیمه عمر و تأمین آتیه هدایایی نیز به رسم یادبود به شرکت کنندگان اهدا شد.

اجرای برنامه تلویزیونی برای کودکان تحت پوشش بیمه عمر و تأمین آتیه شهر زنجان



مسعود دوستی نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آتیه کد ۶۴۳۹۴ با همراهی صدا و سیمای استان زنجان برای تعداد ۵۰ نفر از بیمه گذاران به همراه فرزندان شان با اجرای برنامه زنده تلویزیونی لحظات مفرحی را خلق کرد.
این نماینده کوشان با نظرات امیر امیر شفاقی نماینده کد ۲۰۲۹ در استودیوی اختصاصی برنامه کودک شایر برای کودکان دارای پوشش بیمه عمر و تأمین آتیه برنامه ویژه ای به اجرا گذاشت.
گفتنی است این برنامه کودک از شبکه استانی، استان زنجان نیز پخش شده است.



برگزاری کارگاه فروش بیمه‌های عمر و تأمین آتیه

با تلاش احمد عرفانی نماینده کد ۱۰۷۰ کارگاه فروش بیمه‌های عمر و تأمین آتیه با حضور مدیر بیمه‌های عمر و تأمین آتیه و تعداد بیش از ۲۰۰ نفر نماینده فروش این بیمه نامه در سالن پژوهشکده فرهنگ و هنر برگزار شد.
در این همایش ایندا بهروز نیرومند راد مدیر بیمه‌های عمر و تأمین آتیه به ذکر نکات آموزشی برای نمایندگان فروش پرداخت سپس حمید امامی کارگاه فروش بیمه‌های عمر و تأمین آتیه را هدایت نمود.
در پایان این همایش از سه نفر اول دارنده رکورد فروش بیمه نامه عمر و تأمین آتیه توسط احمد عرفانی با اهدای جوایز قدردانی شد.



۶ روش فوق العاده برای افزایش هواداران برند شما

مشتریان و هواداران برند شما ساعت‌ها در صفحات مولوی منظری مانند تا جحظه عرضه محصولات جدید به بازار فرست. از وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی گرفته تا مهمنانی‌های خانوارگی، این افراد از هر قسمی برای محبوبیت کردن در رایطه با چیزی و دیگر های محصولات شما استفاده می‌کنند. این هواداران برویاریز برند شما را تنفس کرده و با آن زندگی می‌کنند. گاهی اوقات ممکن است هواداران و مشتریان شما دیدگاهی انتقادی در مورد برخی محصولات و رویکردهای شما داشته و حتی عصبانی و ناراحت شوند، اما نکته اصلی آن است که این افراد برای همیشه به برند شما وفادار خواهند بود. ایل از این دست مشتریان برای خود دارد همچنین است وقایعه برند Zappos. چنونه می‌توان از جشن هواداران و مشتریان وفاداری برخوردار شد.

برای مشتریان یک شبکه ارتباطی ایجاد کنید



با ایجاد یک شبکه ارتباطی برای مشتریان تان، امکان ارتباط با شما و دیگر مشتریان، به اشتراک گذاشتن ایده‌ها، مطرح کردن سوال و یافتن پاسخ مورد نظرشان و در گیر شدن در بحث‌ها و گفت‌وگوهای مرمره به خدمات و محصولات برند تان را برای آنها فراهم کنید. ایجاد چنین پستتری به مشتریان و مخاطبان تان این حسن را منتقل می‌کند که شما به فکر آنها هستید و این موضوع باعث وفاداری آنان شده و سبب استفاده مشتریان از کالاهای و خدمات شما و معرفی آن به دیگر افراد در جامعه موجب جلب توجه دیگر مشتریان و خصوصاً خریداران آنلاین خواهد شد.

افرادی را که برای تان مهم هستند، در گیر فرآیند امور کنید



یکی از بهترین جواب‌یابی که می‌توانید به مشتریان و هواداران وفادار خود اهدا کنید آن است که به آنها این امکان را دیده‌بدهی تا خود را بخشی از فرآیند احتمام امور در برند که به آن علاقه داشته و از محصولات آن استفاده می‌کنند، بدانند. از آنها نظرسنجی کرده و پیغایید تا باز خورد کالاهای و خدمات تان را بشناسان و فضادار خود کنند. بهتر است که گام جلوتر رفته و به آنها این امکان را دیده‌بدهی تا برای برندان به تولید محظوظ بپردازند.

خوب باشید و فوق العاده باقی بمانید



آیا می‌خواهید که مشتریان تان عاشق برند شما باشند و همیشه آن را روی پراهن با گوشه‌بشقندی شان به دیگران نشان دهند؟ پس محصولی را تولید و به بازار عرضه کنید که نه تنها مشکلی را حل کند، بلکه موجب سریلاندی و افتخار شما در بازار باشد.

ارزش برندتان را بالا ببرید



تحمیل وجوده‌نگار که برند شما فعال در شبکه‌های اجتماعی نظیر توییتر، فیسبوک و از مخاطبان و دنیال کنندگان وفادار و علاقه‌مند برخوردارد. اما این موضوع را باقی مانند در شبکه‌های اجتماعی کافی نیست، با هواداران تان در سکھهای اجتماعی ارتقا نیز فرود آید، با آنها شوخی کنید و این طریق استانداردهای برند تان را افزایش دهید. بایدید با واقعیت رو به رو شویم؛ فکار هرجیزی همیشه مهم و تأثیرگذار است.

موقعیت‌های اختصاصی را به مشتریان بیشنهاد کنید



این ضرب المثل که «بسازید و به بازار عرضه کنید مشتریان خودشان خواهند آمد» این روزها دیگر کاربرد ندارد. خصوصاً زمانی که در رایطه با یک وبسایت و فروشگاه اینترنتی صحبت می‌کنیم، استفاده از یک طراحی خوب و جذاب نکته‌ای است که بسیاری از برندها اغلب آن را اعمدها می‌شنند. با ایجاد یک وبسایت بصری و تعاملی، تجربه منحصر مفردی به مشتریان تان ارائه کرده و از این عنصر در طراحی کنید و اکتش افراد به بیشنهاد ترسیت مخصوصات و خدماتشان بیش از عرضه آن به بازار با ارائه یک تخفیف قابل توجه به آنها به دلیل وفاداری شان به محصولات و خدمات او را شده از سوی برند شما. و اکتش را در میان این این ایجاد شما جه و اکتش را در میان این این ایجاد خواهد کرد؟ یک فرست کنید و این طریق استانداردهای برند تان را افزایش دهید. بایدید با اختصاصی و منحصر به فرد.

برگزاری همایش‌های بزرگ پیاده روی و دوچرخه سواری با حمایت شعبه لاهیجان



همایش بزرگ دوچرخه سواری به مناسب چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی و یوم الله یوم فجر در روز جمعه ۲۶ بهمن ماه در مسیر خیابان‌های اصلی شهرستان لاهیجان با همکاری هیأت دوچرخه سواری شهرستان لاهیجان با همکاری اداره ورزش و جوانان، با حمایت شعبه لاهیجان و همچنین مشارکت فیروزمند نماینده فروش بیمه‌های عمر و تأمین آئیه کد ۷۷۲۴۲ از سازمان فروش کد ۲۹۷۸ برگزار شد. در این همایش پس از حضور در مزار شهدای گمنام و نثار فاتحه به روح شهدای حاضر به قید قرعه به بیست نفر از شرکت کنندگان در همایش جواب‌یابی به رسم یادبود امداد شد.



همایش بزرگ پیاده روی به مناسب چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی و یوم الله یوم فجر در روز جمعه ۲۶ بهمن ماه در مسیر خیابان‌های اصلی شهرستان بازگلوراب و جمهوری برگزار شد. این همایش به همت هیأت ورزش‌های همگانی شهرستان لاهیجان با همکاری اداره ورزش و جوانان، شورای شهرستان بازگلوراب، شعبه لاهیجان و همچنین مشارکت فلاج توشه جو مدیر فروش بیمه‌های عمر و تأمین آئیه کد ۹۰۹۲۸ از کد سازمان فروش ۹۰۱ برپا شد. در این مراسم پس از سخنرانی نماینده مجلس مردم سیاهکل و لاهیجان به قید قرعه به ۱۰ نفر از شرکت کنندگان در همایش جواب‌یابی به رسم یادبود امداد شد.

اهتزاز پرچم بیمه پاسارگاد در رشته‌های نفتان



صعود زمستانه یاد بود همنورد، بیمه گنار و کارشناس ارشد مالی صدا و سیمای لرستان زنده یاد فرامرز میرزاوند که به تازگی در بهمن ماه در سانجه کوهنوردی در کوه یافته خرم آباد آسمانی شد توسط گروه کوهنوردی شاندیز مشهد مقدس به سرپرستی نماینده فعال و توانمند مجتبی پیرامی قرقوقی و با حمایت گروه ۹۰۴ به قله ۳۹۴۱ متری کوه نفتان در سیستان و بلوچستان انجام شد.



چتر حمایتی بیمه عمر و تأمین آئیه



حبیبی مریبی پاشگاه ورزشی رکورد و قهرمان استانی سیک ساندا، توسط سمیه زمدمیان قلعه بین نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آئیه کد ۷۳۹۱۲ با راهنمای بنت الهدی دفاعی مدیر فروش بیمه عمر و تأمین آئیه کد ۹۱۱-۰۷۱ تحت پوشش بیمه عمر و آئیه قرار گرفت.



شهردار شهرستان چوبر مهندس قلی پور به همراه کلیه کارکنان به خانواده بیمه پاسارگاد پیوستند. این اتفاق توسط مهندس مهرداد علیی نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آئیه کد ۹۱۶ و راهنمایی بکان مدیر آموزش ایشان شکل گرفت.

قادر سلحشور نماینده فروش بیمه عمر و تأمین آئیه کد ۹۱۶-۸۳۱۵۴ موفق به فروش بیمه نامه زندگی با پرتفوی ۴۷ میلیون تومان شد خدیجه خازناده مدیر فروش ایشان کد ۹۱۶ با همکاری شعبه اردبیل در خصوص آموزش نماینده‌گان برنامه ریزی های لازم را انجام داد.

ما را در غم خود شویک بدانید

در بهمن ماه، بیمه پاسارگاد شعبه مشهد متأسفانه یکی از نماینده‌گان خود را از دست داد. مطلع شدید مرتضی کمیلی نماینده بیمه پاسارگاد کد ۲۹۸۵ گلمسکان مشهد، برادر شهد مصطفی کمیلی به دلیل بیماری دار فانی را وداع گفت. بیمه پاسارگاد این ضایعه تأسف برای راهنمایی بیمه پاسارگاد که شعبه مشهد تسلیت گفته از خداوند مهریان برای بازماندگان صبر و اجر و برای آن زنده یاد غفران و آمرزش الهی مستلت می‌نماید.