



نشریه داخلی بیمه پارسیان • مدیریت روابط عمومی
شماره هفتاد و سه | خرداد و تیر ماه ۱۴۰۳



◀ بیمه پارسیان با پارسی چت و ایوان در نمایشگاه الکامپ

صورت‌های مالی بیمه پارسیان به تصویب سهامداران رسید



◀ بیمه پارسیان ۵ گواهینامه استاندارد سیستم‌های مدیریت بین‌المللی دریافت کرد



زندگی توام با تندرستی

طرح **لیام** بیمه پارسیان

طرح مشترک بیمه‌ی زندگی و درمان

لیام

مرکز ارتباطات: ۰۲۱ ۸۲۵۹
www.parsianinsurance.ir
club.parsianinsurance.com





شماره هفتاد و سه | خرداد و تیرماه ۱۴۰۳



- مدیرمسئول: افشین نوری
- سردبیر: سیمین نصرالهی
- دبیر تحریریه: حمیده حاجی جعفر
- عکس و هماهنگی: حسین نیساری
- گرافیک و صفحه آرایی: سمیه رفیعی
- نشانی: خیابان ولی عصر، بالاتر از میرداماد
- خیابان قبادیان غربی، پلاک ۲۲
- کدپستی: ۱۹۶۹۶۳۴۳۱
- تلفن: ۴۲۱۶۹۳۴۱
- دورنگار: ۴۲۱۶۹۳۴۶
- پست الکترونیکی: info@parsianinsurance.com
- وبسایت: www.parsianinsurance.ir

نشریه چتر از تمامی همکاران علاقمند به همکاری در گردآوری مطالب نشریه چتر دعوت به عمل می‌آورد:

مطالب، آثار و مقالات خود را حداکثر تا بیستم هر ماه از طریق اتوماسیون اداری برای سرکار خانم حاجی جعفر و یا پست الکترونیک info@parsianinsurance.com به مدیریت روابط عمومی ارسال نمایند.

مطالب می‌بایست با ذکر منابع، نام و نام خانوادگی و پست سازمانی ارسال کننده به صورت تایپ شده فایل (word) ارسال گردد.

صورت‌های مالی بیمه پارسین به تصویب سهامداران رسید

جلسه فوق العاده هیئت مدیره و مجمع عمومی فوق العاده سهامداران شرکت بیمه پارسین در تاریخ ۲۲ خردادماه ۱۴۰۳ در محل هیئت مدیره شرکت برگزار شد. در این جلسه صورت‌های مالی سالانه ۱۴۰۲ و گزارش عملکرد هیئت مدیره و مجمع عمومی فوق العاده به تصویب سهامداران رسید. همچنین صورت‌های مالی سالانه ۱۴۰۱ و گزارش عملکرد هیئت مدیره و مجمع عمومی فوق العاده نیز به تصویب رسید.

بیمه پارسین با پاریس چت و ایوان در نمایشگاه الکلمپ

شرکت بیمه پارسین در نمایشگاه الکلمپ ۱۴۰۳ با شرکت در غرفه مشترک با پاریس چت و ایوان حضور داشت. در این نمایشگاه، بیمه پارسین با ارائه خدمات بیمه‌ای خود و همچنین خدمات مشاوره‌ای به مشتریان، توانست به بازدیدکنندگان توجه ویژه‌ای را جلب کند. همچنین، شرکت در این نمایشگاه فرصتی برای تبادل نظر و همکاری با سایر شرکت‌های فعال در صنعت بیمه فراهم کرد.

فرهنگ پرسک

فرهنگ پرسک، نشریه تخصصی بیمه‌ای است که به منظور آشنایی بیمه‌گذاران با خدمات و محصولات بیمه‌ای شرکت بیمه پارسین منتشر می‌گردد. این نشریه شامل مطالب تخصصی در زمینه انواع بیمه‌ها، شرایط و ضوابط، و همچنین اخبار و رویدادهای صنعت بیمه است. هدف از انتشار این نشریه، افزایش آگاهی بیمه‌گذاران و تسهیل فرآیند دریافت خدمات بیمه‌ای است.

همایش تخصصی بیمه‌های خودرو در منطقه مرکزی کشور برگزار شد

همایش تخصصی بیمه‌های خودرو در منطقه مرکزی کشور، با حضور مدیران و متخصصان صنعت بیمه، در تاریخ ۱۲ خردادماه ۱۴۰۳ برگزار شد. در این همایش، موضوعات مختلفی از جمله آخرین تغییرات در قوانین بیمه‌ای، چالش‌های صنعت بیمه، و راهکارهای بهبود خدمات به مشتریان مورد بحث قرار گرفت. همچنین، مدیران شرکت بیمه پارسین در این همایش شرکت داشتند و به بحث‌ها و گفتگوها با سایر شرکت‌های فعال در صنعت بیمه پرداختند.

بگزیده مطالب این شماره:

۵

۴

۷

۶

۱۵

۱۴

۱۷

۱۶

صورت‌های مالی بیمه پارسیان به تصویب سهامداران رسید

و سرپرست شرکت، به تشریح گزارش فعالیت های شرکت در سال ۱۴۰۲، اقدامات هیات مدیره، سرمایه گذاری ها و وضعیت مالی شرکت پرداخت. در ادامه، گزارش حسابرس قانونی شرکت به استماع سهامداران رسید و سوالات سهامداران که به صورت حضوری و آنلاین مطرح شده بود پاسخ داده شد. در پایان صورت های مالی سال منتهی به ۲۹ اسفند ۱۴۰۲ به تصویب سهامداران رسید. همچنین موسسه تدوین و همکاران و هوشیار ممیز به عنوان حسابرس اصلی و علی البدل و روزنامه اطلاعات به عنوان روزنامه رسمی شرکت مورد تایید سهامداران قرار گرفت.

جلسه مجمع عمومی عادی سالانه شرکت بیمه پارسیان در روز یکشنبه مورخ ۳۱ تیرماه ۱۴۰۳ با حضور نزدیک به ۸۸ درصد سهامداران در سالن مجموعه فرهنگی پیام برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، مجمع عمومی عادی سالانه شرکت به منظور بررسی و تصویب صورت های مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۴۰۲ با حضور حدود ۸۸ درصد سهامداران، نمایندگان بیمه مرکزی، سازمان بورس و اوراق بهادار و حسابرس قانونی شرکت به صورت حضوری و برخط برگزار شد. بر اساس این گزارش در ابتدای جلسه، مدرسی نیا عضو هیات مدیره





بیمه پارسیان ۵ گواهینامه استاندارد سیستم‌های مدیریت بین‌المللی دریافت کرد

سیستم مدیریت آموزش «ISO10015:2019» و نظام آراستگی محیط کار «5S» موفق به دریافت گواهی‌نامه‌های استاندارد بین‌المللی گردید. این دستاورد ارزشمند، مرهون تعهد راسخ بیمه پارسیان به ارائه خدمات باکیفیت، نظم و آراستگی محیط کار، ایجاد محیطی امن و پاکیزه، سنجش مستمر رضایت مشتریان، ارتقای سطح آموزش کارکنان و شبکه فروش و در مجموع به کارگیری سیستم‌های مدیریتی روز و کارآمد دنیا در این شرکت است.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، این شرکت با اهتمام به پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریت مطابق با الزامات استانداردهای بین‌المللی، موفق به دریافت ۵ گواهینامه معتبر بین‌المللی در حوزه‌های مختلف شد. بر اساس این گزارش، در جریان ممیزی‌های انجام شده توسط نمایندگی انحصاری InterCert GmbH-Group of MTIC آلمان در ایران، در ۵ حوزه سیستم مدیریت کیفیت «ISO9001:2015»، سیستم مدیریت شکایات «ISO10002:2018»، سیستم مدیریت رضایت مشتریان «ISO10004:2018»،



بیمه پارسیان با پارسی چت و ایوان در نمایشگاه کامپ



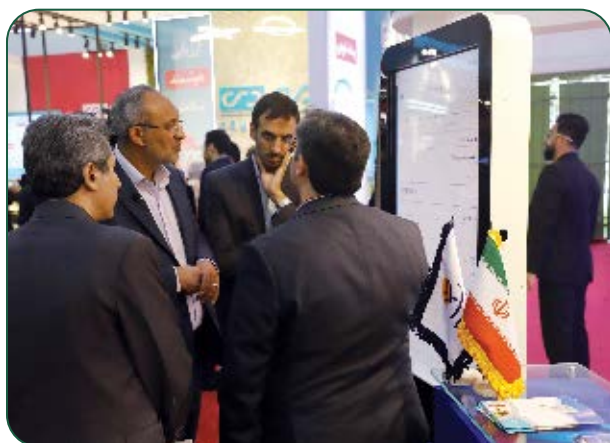
۰۲۱-۸۲۵۹ | www.parsianinsurance.ir | **بیمه پارسیان**

♦ شرکت بیمه پارسیان یکی از پیشروترین شرکت‌های بیمه در ارائه خدمات فناورانه و هوشمند، در بیست و هفتمین نمایشگاه بین‌المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (کامپ) حضوری فعال داشته گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، در این نمایشگاه جدیدترین محصولات و خدمات این شرکت در حوزه‌های مختلف بیمه ای و همچنین سامانه‌های هوشمند و مبتنی بر وب، توسط کارشناسان و مشاورانی مجرب به علاقه‌مندان این حوزه معرفی شد.

بیمه پارسیان در سال‌های اخیر خدمات مختلفی را در مسیر تحول دیجیتال و هوش مصنوعی در دستور کار خود قرار داده و تاکنون از سامانه‌های مختلفی همچون برنامه کاربردی چتر همراه، سامانه ایوان و پارسی چت رونمایی کرده است تا بیمه‌گزاران و مشتریان بتوانند با سهولت به تمامی خدمات بیمه ای دسترسی داشته باشند.

بیمه پارسیان در سالن ۷ این نمایشگاه از تاریخ ۹ الی ۱۲ تیرماه میزبان علاقه‌مندان بود و کارشناسان حوزه‌های مختلف بیمه ای و فناوری ضمن پاسخگویی به سوالات مشتریان، به معرفی جدیدترین دستاوردهای بیمه پارسیان در حوزه فناوری و هوش مصنوعی پرداختند.





گفتگو با امیر مومنی؛ مدیر طرح و برنامه شرکت بیمه پارسیان؛ به کارگیری سیستم‌های مدیریتی براساس استانداردهای بین‌المللی، افزایش بهره‌وری در سازمان را فراهم می‌کند

در خصوص طرح‌های بیمه‌ای جدید و عملکرد و دستاوردهای کمیته محصول در این رابطه به اختصار توضیح دهید.

کمیته محصول، نهادی عالی متشکل از معاونان فنی و برنامه‌ریزی، توسعه بازار، مدیرعامل و مدیریت‌های ذی‌ربط به دبیری مدیریت طرح و برنامه است که عهده‌دار بررسی طرح‌های مربوط به ایجاد و توسعه محصولات نوین بیمه‌ای در شرکت می‌باشد. همچنین تصمیم‌گیری پیرامون تداوم توسعه و تجاری‌سازی محصولات نیز از سوی این کمیته صورت می‌پذیرد و از آنجایی که به صورت چندتخصصی اداره می‌شود، احتمال موفقیت عرضه محصولات در بازار بیشینه می‌گردد.

مدیریت طرح و برنامه به عنوان متولی طراحی و توسعه محصول در شرکت، مسئولیت ایده‌پردازی و پایش فرصت‌های خلق محصول، بررسی پیشنهادهای محصولی دریافتی با همکاری تمامی واحدهای مرتبط فنی و پشتیبانی را بر عهده داشته و پس از جمع‌بندی و امکان‌سنجی، با نظر کمیته محصول، راهبری فرآیند طراحی و توسعه را انجام می‌دهد.

لطفاً گزارش کوتاهی در حوزه اهداف انتظاری شرکت در سال گذشته ارائه دهید. چه برنامه‌هایی برای سال جاری در راستای رشد هرچه بیشتر شرکت انجام شده است. به اختصار توضیح دهید.

با توجه به سیاست کلی شرکت در خصوص افزایش سودآوری و حفظ سهم ۴/۵ درصدی از بازار صنعت بیمه، هدف سال ۱۴۰۲ برابر با ۱۲ هزار میلیارد تومان تعیین گردید که در نهایت، ترکیب پورتنفو و توزیع اهداف بین رشته‌ها، شعب و دوره‌های ماهانه، با اخذ نظرات معاونان و مدیران فنی، مدیران مناطق و روسای شعب و سایر مدیران مرتبط، بر مبنای مطلوبیت رشته‌های فنی و عملکرد سال‌های گذشته محاسبه شد. در انتهای سال، با برنامه‌ریزی و تلاش خستگی‌ناپذیر همکاران ستاد و شعب، با جذب ۱۲۴,۳۵۸ میلیارد ریال حق بیمه صادره، درصد تحقق اهداف ۱۰۴٪ کسب گردید.

سقف نسبت خسارت در نظر گرفته شده در سال ۱۴۰۲ با توجه به ضریب خسارت شرکت و نیز میزان معقول پرداخت خسارت، ۶۰ درصد در نظر گرفته شد که با توجه به افزایش هزینه‌های دستمزد و لوازم یدکی و قطعات خودرو، افزایش نامتناسب نرخ حق بیمه ثالث در مقایسه با افزایش نرخ دیه و نیز افزایش هزینه بیمه‌های درمان ناشی از حذف ارز ترجیحی دارو و تجهیزات پزشکی و تورم موجود در جامعه، خسارت در سال ۱۴۰۲ مبلغ ۷۸,۲۹۲ میلیارد ریال پرداخت شد. این مقدار نسبت به سال ۱۴۰۱، ۸۶ درصد رشد داشته است و نسبت خسارت ۶۳ درصد را نشان می‌دهد که با توجه به موارد یاد شده و سقف خسارت اعلامی ابتدای سال، عددی قابل قبول بوده است.



امیر مومنی، دانش‌آموخته رشته مهندسی صنایع از دانشگاه شریف که از پاییز سال ۱۳۹۰ در بیمه پارسیان مشغول به کار شدند و هم‌اکنون مدیر طرح و برنامه این شرکت می‌باشند. با توجه به موفقیت بیمه پارسیان در کسب ۵ گواهینامه استاندارد سیستم‌های مدیریت بین‌المللی، گفتگویی با ایشان ترتیب داده‌ایم که در ادامه خواهید خواند:

لطفاً نقش و وظایف مدیریت طرح و برنامه در سازمان را به اختصار شرح دهید. وظایف و مسئولیت‌های کلیدی این مدیریت از نظر شما چیست؟

بی‌شک مهم‌ترین رکن هر نوع فعالیت منظم و هدفمند، برنامه‌ریزی است. اساساً سازمان‌ها بدون برنامه‌ریزی امکان ایجاد مزیت رقابتی و توفیق در صنعت را نداشته و محکوم به شکست خواهند بود. از این رو است که استقرار و فعالیت واحدی که نقش طرح‌ریزی اقدامات آینده یک شرکت و برنامه‌ریزی و نیز نظارت بر حسن انجام کار و ارزیابی آنان را ایفا نماید، ضرورت می‌یابد. این نقش در شرکت بیمه پارسیان بر عهده مدیریت «طرح و برنامه» است.

علاوه بر ترسیم افق چشم‌انداز راهبردی سازمان و نظارت دقیق بر اجرای جامع آن، اقدامات دیگری همچون تنظیم برنامه‌های عملیاتی واحدهای سازمانی و ارزیابی هر یک از آنها در طول دوره اجرا، استقرار نظام فرآیندی، تدوین روش‌ها و دستورالعمل‌های اجرای وظایف کاری، پیاده‌سازی سیستم‌های کیفی و طراحی ساختارهای سازمانی در شرکت، طراحی و توسعه محصولات و خدمات جدید بیمه‌ای متناسب با نیاز جامعه و همچنین امور مرتبط با پژوهش‌های سازمانی و صنعتی، پیاده‌سازی نظام نوآوری سازمانی و تلاش در راستای چابک‌سازی شرکت از این طریق از مأموریت‌های اصلی این واحد به‌شمار می‌رود.



از فرصت‌های پیش‌رو، با برنامه‌ریزی دقیق و رویکردی استراتژیک می‌باشند. در همین راستا، اداره پژوهش و نوآوری این مدیریت، با اجرای اقداماتی چون استقرار نظام تحول دیجیتال و راهبری کمیته مربوطه، طراحی سامانه‌های نظام پیشنهادها و امور پژوهشی (سپ)، ارتباط با مراکز علمی و تحقیقاتی کشور، ایجاد ارتباط و تعامل با زیست‌بوم نوآوری کشور، مطالعات و امکان‌سنجی راه‌اندازی مرکز نوآوری و صندوق پژوهش و فناوری شرکت و حضور در دوره‌ها و سمینارهای علمی و آموزشی، نظام نوآوری را در شرکت طرح‌ریزی نموده است.

با توجه به کسب ۵ گواهینامه استاندارد سیستم‌های مدیریت کیفیت، چه اقدامات و تلاش‌هایی برای کسب این دستاورد شده است؟ توضیح فرمایید.

هدف اصلی از پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریتی و دریافت گواهینامه‌های استانداردهای مربوطه، استقرار نظام فرآیندی در شرکت، ایجاد نگاه سیستمی و نیز اهتمام در پذیرش این رویکرد از سوی همه ارکان سازمان می‌باشد. طراحی ساختار، تعریف نقش‌ها و ترسیم دقیق اجزای سیستم، تشریح چگونگی تعامل، ارتباط، هماهنگی و همکاری واحدها و اجزا با یکدیگر، تدوین شیوه‌های اصولی انجام فعالیت و اجرای وظایف، فضا را برای ایجاد بستری سیستماتیک و در نتیجه افزایش بهره‌وری سازمان فراهم می‌آورد.

در این مسیر، به منظور پیاده‌سازی استانداردهای بین‌المللی سیستم‌های مدیریت در برگیرنده سیستم مدیریت کیفیت ISO9001، سیستم مدیریت شکایات ISO10002، سیستم رضایت مشتریان ISO10004، سیستم مدیریت آموزش ISO10015 و نظام آراستگی محیط کار 5S در شرکت بیمه پارسیان، که یکی از تصمیمات و اقدامات راهبردی شرکت محسوب می‌شود، با حمایت مدیران ارشد و اهتمام تمامی کارکنان، پس از شناسایی وضع موجود فرآیندها در سازمان، آموزش‌های مورد نیاز در سطوح مختلف به مدیران، رابطان و همکاران داده شد. سپس مستندات مورد نیاز منطبق با نقشه فرآیندی شرکت، تدوین با بازنگری شدند. به منظور حصول اطمینان از پیاده‌سازی صحیح تمامی الزامات، فرآیند ممیزی داخلی طی هشت روز کاری (اردیبهشت‌ماه سال ۱۴۰۲) با مشارکت همه واحدهای سازمان صورت پذیرفت و با توجه به یافته‌ها و شواهد این پیش‌ممیزی، عدم انطباق‌ها و حوزه‌های قابل بهبود، طی برنامه‌های عملیاتی به واحدهای ذی‌ربط ابلاغ شد.

در نهایت در بهمن‌ماه سال ۱۴۰۲ ارزیابی نهایی صدور گواهی‌نامه‌های یادشده با حضور تیم ممیزی شرکت «آرین توف پاسارگاد» نماینده انحصاری شرکت «MTICInterCert آلمان» در سطح شرکت برگزار شد و با توجه به نتایج این ارزیابی، اعضای تیم یاد شده در جلسه اختتامیه فرآیند، شرکت بیمه پارسیان را جهت صدور گواهی‌نامه‌های مربوطه توصیه نمودند.

در پایان اگر سخنی با همکاران و خوانندگان نشریه چتر دارید بفرمایید.

شرکت بیمه پارسیان با بیش از دو دهه سابقه درخشان، با پشتوانه مجموعه‌ای از کارکنان متعهد، کارآمد و ارزش‌آفرین، یکی از برندهای سرآمد و معتبر بیمه‌ای در کشور است. با وجود تمامی اقدامات انجام‌شده و تلاش‌های صورت‌گرفته، حفظ این موقعیت، دستیابی به جایگاه بالاتر و تبدیل شدن به سازمانی متعالی، نیاز به تلاش هدفدار و نظام‌مند در سایه حمایت مدیریت ارشد و همکاری بیشتر همه ارکان سازمان است. امید آن دارم با تحقق این مهم، شرکت روز افزون در مسیر رشد قرار گیرد.

در سال جدید، هدف شرکت حفظ جایگاه در صنعت بیمه است و با توجه به این موضوع، با در نظر گرفتن ۴۰ درصد تورم و حدود ۳۶ درصد ضریب افزایش نرخ دیه و تعرفه‌های درمان در سال ۱۴۰۳، مبلغ ۱۸۸,۳۹۰ میلیارد ریال، به عنوان هدف انتظاری شرکت و سقف نسبت خسارت ۶۰ درصد جهت کنترل ضریب خسارت رشته‌های بیمه‌ای به‌ویژه در رشته‌های درمان و خودرو، محاسبه و اعلام گردید. امید است با تلاش همه همکاران پرتلاش شرکت بیمه پارسیان، تا پایان سال ۱۴۰۳، درصد تحقق اهداف اعلامی رقمی بیش از ۱۰۰ درصد را نشان دهد.

سیاست شرکت در سال‌های اخیر، حفظ پایداری سازمان در صنعت، ارتقای سطح رضایت‌مندی مشتریان و ذی‌نفعان، افزایش سودآوری و خلق ارزش برای سهامداران، به‌کارگیری و توسعه سرمایه‌های انسانی و توانمندسازی مستمر آنان در محیط کاری مناسب، هوشمندسازی سیستم‌ها و فرآیندها در راستای اصل چابک‌سازی سازمانی، توسعه محصولات و خدمات بیمه‌ای با استفاده از دانش روزآمد، به‌کارگیری فناوری‌های نوین و دانش‌بنیان در راستای تثبیت رویکرد تحول دیجیتال سازمان می‌باشد که در این راستا استراتژی‌های منتخب در نظر گرفته شده در دوره هفتم شرکت شامل «پیاده‌سازی نظام تحول دیجیتال و توسعه ارائه خدمات به صورت برخط»، «توسعه محصولات و خدمات نوآورانه»، «رشد سودآوری»، «توسعه سامانه‌های ارزیابی و پذیرش ریسک»، «توسعه کیفی نیروی انسانی و تلاش در مسیر ارتقای دانش و انگیزه آنان»، «کاهش تعداد شعبه‌ها در سطح کشور و تلاش در مسیر کم کردن هزینه‌های اداری» می‌باشد.

با توجه به روند رو به رشد صنعت بیمه در دیجیتالی شدن و تمرکز بر مشتری‌مداری، چه چالش‌ها و فرصت‌هایی را برای بیمه پارسیان پیش‌بینی می‌کنید. توضیح دهید.

رشد سریع تکنولوژی و به‌کارگیری فناوری در ارائه خدمات و محصولات نوین، عصر جدیدی از تحول را پیش‌روی صنایع و عموم افراد جامعه به عنوان مخاطبان اصلی قرار داده است. صنعت بیمه و بازیگران آن نیز از این قاعده مستثنی نبوده و می‌کوشند هم‌راستا با سایر حوزه‌ها، رویکرد تحول دیجیتال را با سرعت و کیفیت مناسب در بستر خود نهادینه و عملیاتی نمایند.

شرکت بیمه پارسیان نیز با درک این ضرورت که بهره‌مندی از روح نوآوری در امور درون و برون سازمان، می‌تواند با ارائه خدمات برخط و نیز طراحی و توسعه محصولات فناور، بهبود تجربه مشتری را محقق سازد، با بهره‌گیری از فرآیندهای هوشمند موجب کاهش هزینه‌های عملیاتی گردد و نیز با استفاده از حکمرانی داده‌ها و سایر ابزارهای هوش مصنوعی، افزایش سرعت، دقت و صحت را در ارزیابی ریسک و تحلیل رفتار مشتریان به دنبال داشته باشد، در تقویت و تحکیم آن در فرآیندهای جاری خود گام برداشته است. اما در این مسیر چالش‌های فراوانی نیز وجود دارد که از اهم آن می‌توان به مخاطرات امنیتی و حریم خصوصی داده‌ها، نیاز به سرمایه‌گذاری قابل‌توجه در تأمین الزامات زیرساختی مانند زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و همچنین مقاومت احتمالی کارکنان و مشتریان در تغییر سبک سنتی به مدرن و در نتیجه تلاش بی‌وقفه و صرف منابع بسیار برای فرهنگ‌سازی در جامعه اشاره نمود.

به طور کلی، نوآوری از کلیدی‌ترین حوزه‌هایی است که هر کسب‌وکاری برای تداوم حیات و استمرار فعالیت خود، از توجه و تمرکز بر آن ناگزیر است. از این منظر، سازمان‌ها نیازمند مدیریت چالش‌های یادشده و نیز بهره‌برداری

گفتگو با قاسم قشقاوی؛ مدیر منطقه یک کشور:

توجه به نیازهای بیمه گزاران و توسعه و توانمند سازی شبکه فروش کلید موفقیت و پویایی منطقه یک می باشد

منطقه یک می باشد.

منطقه یک شامل ۹ شعبه که شامل شعب شرق، پونک، بیهقی، ویژه میرداماد، غرب، شمالشرق، جاده مخصوص، کرج و قزوین بوده و عملکرد بسیار خوب و قابل قبولی از خودشان به جا گذاشتند که از این باب، بار دیگر قدردان زحمات این عزیزان هستیم.

چه استراتژی و برنامه ریزی برای ارتقای عملکرد منطقه یک در سال جاری در نظر گرفته شده است؟ به اختصار توضیح دهید.

استراتژی منطقه یک بر اساس سیاستهای کلان شرکت و با در نظر گرفتن جامعه سهامداران و بیمه گزاران بزرگ تدوین شده است و ما تعریف جدیدی از این باب برای شعب منطقه یک ایجاد نکردیم؛ لیکن برای رسیدن به موفقیت های بیشتر سه گام مهم تعریف شده که به جدیت در حال انجام است.

اولین گام، تمرکز بر وصول مطالبات است. از بدو شروع همکاری بنده در بیمه پارسیان، یک تیم تخصصی متشکل از کارکنان هر شعبه و متخصصان حوزه مالی تشکیل شد. این تیم ابتدا پیگیری وصول مطالبات سررسید شده و منقضی شده را در اولویت قرار داده و به موازات دیگر موارد وصول مطالبات انجام می پذیرد. با پیگیری های صورت گرفته توسط شعب منطقه یک، نتایج بسیار خوبی در این خصوص حاصل شده که به زعم بنده و در صورت صلاحدید معاون پشتیبانی و اقتصادی می توان در دیگر شعبات نیز این مدل را پیاپی سازی نمود.

گام دوم، معطوف به موضوع بازاریابی و توسعه پایدار بیمه گزاران و پویایی بخشی به فعالیت های شعب در ارایه خدمات به بیمه گزاران و ایجاد انگیزه و باور در شعب برای توسعه بازار هدف و ارایه خدمات جدید بیمه ای است که در این خصوص نیز موفقیت هایی حاصل شد، اما همچنان جای پیشرفت وجود دارد، که با تقویت این گام انشاءالله، شاهد موفقیت های بیشتر نیز خواهیم بود.

گام سوم بر توسعه شبکه فروش تمرکز دارد. به اعتقاد بنده شرط لازم برای ایجاد پویایی، فروش مویرگی و خردهفروشی، توسعه شبکه فروش است. در همین راستا، سندی راهبردی عنوان "تقشه راه" تدوین و به کلیه شعب منطقه یک ابلاغ شده است. بدون شک، یکی از مهم ترین مطالبات بنده از روسای شعب منطقه یک همین موضوع خواهد بود.

در کنار این سه گام، امور جاری مدیریت منطقه یک نیز با توجه به حدود اختیارات در حوزه خسارت و صدور، به صورت مشارکتی و با بهره گیری از تجارب همکاران در حال انجام است.



قاسم قشقاوی، متولد خرداد ۱۳۵۸، مدیری با تجربه در صنعت بیمه است او بیش از هشت ماه است که با شرکت بیمه پارسیان همکاری دارد. وی فارغ التحصیل مدیریت اجرایی از دانشگاه تهران و دارای مدرک کارشناسی ارشد در رشته مدیریت بازرگانی است و در حال حاضر مشغول تحصیل در مقطع دکتری می باشد.

ایشان اوایل دهه ۸۰ فعالیت بیمه ای خود را آغاز و پس از کسب تجارب فنی و مدیریتی در شرکت های مختلف بیمه ای هم اکنون به عنوان مدیر منطقه یک کشور در بیمه پارسیان مشغول به کار می باشد. نشریه چتر مصاحبه های با ایشان انجام داده که در ادامه می خوانید:

منطقه یک چه شعبی را تحت سرپرستی دارد و عملکرد شعب تحت سرپرستی در سال گذشته چگونه ارزیابی می کنید؟

سوال شما را با شاخص هایی معین و آمار و عملکرد پاسخ می دهم. با نگاهی به آمار و عملکرد منتشر شده از سوی مدیریت طرح و برنامه، ضمن خدقوت به مدیران دیگر مناطق کشور، منطقه یک تقریباً در تمامی شاخص ها با اختلاف نسبت به دیگر مناطق متمایز است. از این وجوه تمایز می توان به موارد زیر اشاره کرد.

از میان ۵ شعبه ممتاز کشوری، تعداد ۴ شعبه فقط در منطقه یک مستقر می باشند.

از میان ۸ منطقه کشوری تقریباً ۴۵٪ پرتفوی استحصالی صرفاً در اختیار منطقه یک می باشد.

۴۰٪ بیمه نامه های صادره در شرکت بیمه پارسیان، توسط شعب و نمایندگان منطقه یک صادر گردیده است.

در حوزه خسارت نیز ۴۵٪ رکورد خسارتی و تشکیل پرونده مربوط به منطقه یک می باشد.

بیشترین نیروی شاغل در شعب و بیشترین تعداد نماینده نیز مربوط به



در خصوص محصولات جدید بیمه پارسیان به خصوص در حوزه بیمه های زندگی چه برنامه هایی را در نظر گرفته اید و این برنامه ها چه تاثیری در جذب مشتریان برای خرید بیمه نامه دارد؟

با حضور گیوه چی، مدیر بیمه های زندگی شاهد تحرکات خوب و مثبتی در فروش بیمه های زندگی بوده ایم. همانطور که یکی از شاخص های توسعه یافتگی جوامع، برخورداری از بیمه های زندگی و تمایل به خرید این نوع بیمه نامه می باشد، یکی از شاخص های بالندگی در شرکت های بیمه ای نیز موفقیت و سهم خواهی در فروش این نوع بیمه نامه است. جلسات خوب و مستمر جهت تحقق سازمان فروش در شعب منطقه یک برگزار گردیده و بنده به ادامه این روند خوشبینم؛ البته یادآور می شوم که شرط لازم جهت موفقیت در فروش بیمه های زندگی جدا از محصول خوب و رقابتی، توانمند سازی شبکه فروش در نحوه فروش این محصول است.

در پایان اگر سخنی برای خوانندگان نشریه چتر دارید بیان نمایید.

بسیار سپاسگزارم از فرصتی که در اختیار بنده قرار دادید. امیدوارم با اندک تجاری که در صنعت بیمه دارم بتوانم در کنار خانواده بزرگ بیمه پارسیان موفقیت های بیشتری رقم بزنم. شرکت بیمه پارسیان با بدنه کارشناسی قوی و فنی خوب، زیرساخت های بسیار عالی، شبکه فروش توانمند چه از لحاظ کمی و کیفی، از برند خوب و خوشنامی برخوردار است. این موفقیت ها قطعاً در طول زمان و به رهبری مدیران عامل، اعضا هیات مدیره، معاونین و مدیران حوزه های فنی و ستادی در ادوار گذشته حاصل گردیده که به نیابت از شعب و نمایندگان منطقه یک از ایشان سپاسگزاری می نمایم. انشالله توفیقات مستدام باشد.

رویکرد شما برای افزایش رضایت و وفاداری بیمه گزاران چیست؟ آیا توصیه ای به نمایندگان برای حفظ و نگهداشت بیمه گزاران دارید لطفاً به طور مختصر توضیح دهید.

باید بپذیریم با علم به این موضوع که حفظ و نگهداشت مشتریان و بیمه گزاران، بسیار مهم تر و دشوارتر از جذب مشتریان جدید می باشد، نقش نماینده در ارائه مشاوره صحیح و به موقع، پیگیری موضوعات مربوط به قرارداد بیمه ای، به ویژه پشتیبانی از بیمه گزاران در زمان وقوع خسارت نقشی حیاتی ایفا می کند. در واقع، توجه به مشتری و القاء حس آرامش ناشی از حضور یک بیمه گر و مشاور حرفه ای، می تواند باعث چسبندگی، رضایت و وفاداری بیمه گزاران را به ارمغان آورد. باید به این باور رسید که ما قبل از اینکه فروشنده بیمه باشیم، یک مشاور متخصص در امور بیمه هستیم.

نمایندگان بیمه پارسیان را، حرفه ای، با تجربه و کاربلد دیدم. یکی از تجاری که در اختیارشان قرار خواهیم داد این است که نمایندگان در دو حوزه فنی و مهارت های بازاریابی و فروش خود را تقویت نمایند. همانطور که پرنده برای پرواز به هر دو بال خود نیازمند است، نمایندگان نیز برای رسیدن به اوج قله موفقیت، باید هر دو بخش را به طور معنادار تقویت نمایند. برخی از نمایندگان سبک فروششان، فروش سازمانی و برخی دیگر خرد فروشند. با این تعریف شکل بازاریابی با توجه به شرایط فروش B to B و B to C متفاوت است که توضیح آن شاید در حوصله این مصاحبه نباشد.

بیمه زندگی و مستمري جامع آرامش پارسیان

- ◀ سرمایه گذاری برای آینده
- ◀ دریافت مستمري پایان دوره بصورت مادام العمر
- ◀ تداوم پرداخت مستمري در دوره تضمین حتی در صورت فوت مستمري بگير
- ◀ پرداخت سرمایه در صورت فوت بیمه شده به هر علت
- ◀ پرداخت سرمایه مازاد در صورت فوت بیمه شده در اثر حادثه
- ◀ حفظ سطح درآمد در صورت از کار افتادگی دائم و کامل
- ◀ پرداخت سرمایه در صورت بروز بیماری های سخت (بیش از ۳۰ بیماری)
- ◀ استفاده از بیمه درمان تکمیلی خانواده متصل به بیمه زندگی با تخفیفات ویژه

گفتگو با رامین احتشامی؛ رییس شعبه کرمان: "حمایت، هدایت و نظارت" شعار شعبه کرمان در خدمت رسانی به مشتریان است

📌 محبوبیت برند بیمه پارسیان در شهر کرمان به چه میزان است؟ آیا

در راستای ارتقای آن اقداماتی را انجام داده اید؟

بیمه پارسیان در استان کرمان نیز، همانند سایر نقاط کشور، از محبوبیت بالایی برخوردار است. این موضوع از استقبال گسترده برای همکاری با این شرکت و ارسال حجم زیاد استعلام نرخ به شعبه کرمان قابل مشاهده است. شعبه کرمان بیمه پارسیان در راستای حفظ این محبوبیت و جلب رضایت مشتریان، مشتری‌محوری را سرلوحه کار خود قرار داده و از مشتریان به عنوان ابزار قدرتمندی برای تبلیغات استانی بهره می‌برد.

در همین راستا، دیدارهای متعددی با بازارهای مختلف انجام می‌شود و در این دیدارها، خدمات متنوع بیمه پارسیان به طور کامل معرفی می‌گردد. علاوه بر این، توصیه‌های تخصصی به نمایندگان ارائه می‌شود تا در شناسایی و معرفی بیمه‌گذاران جدید و ارتقای جایگاه بیمه پارسیان در استان کرمان موفق‌تر عمل کنند.

یکی از مهمترین ابزارهای شعبه، استفاده از ظرفیت و توان نمایندگان برای ورود به بازارهای جدید و ارتقاء بازارهای موجود است.

📌 با توجه به قابلیت‌های استان؛ چه رویکردی برای جذب پرتفوی و

افزایش سهم بازار در سال جاری در نظر دارید.

یکی از مهمترین ابزارهای شعبه، استفاده از ظرفیت و توان نمایندگان برای ورود به بازارهای جدید و ارتقاء بازارهای موجود است. در همین راستا، طی چند سال گذشته شاهد افزایش ۴۰ درصدی تعداد نمایندگان جدید در استان بوده‌ایم که از طریق مصاحبه، جذب گردیده‌اند. هر چند که استان کرمان دارای معادن و صنایع بزرگی است و تجمیع امور بیمه ای آن‌ها در تهران فرصت ارتباط و افزایش فروش بیمه‌های خرد را از شعب دریغ نموده است که در صورت اصلاح این موضوع و با رفع این چالش، اتفاقات مهمی را به همراه خواهد داشت و فرصت‌های جدیدی را برای ارائه خدمات بیمه‌ای خرد به این بخش از بازار ایجاد خواهد کرد. علاوه بر این، شعبه با برقراری ارتباط با مشتریان جدید و معرفی خدمات متنوع شرکت، به دنبال افزایش سهم خود در بازار بیمه استان است.



📌 لطفاً خودتان را معرفی و از سوابق خود به

اختصار توضیح فرمایید.

اینجانب رامین احتشامی دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار گرایش استراتژی، از سال ۱۳۸۵ افتخار همکاری با شرکت بیمه پارسیان را داشته و از سال ۱۳۹۳ به عنوان رییس شعبه کرمان مشغول به فعالیت می‌باشم.

📌 ویژگی‌ها و موفقیت‌های شعبه کرمان را به

طور خلاصه توضیح دهید.

شعبه کرمان بیمه پارسیان در پهناترین استان کشور با ۱۸۳/۰۰۰ کیلومتر مربع مساحت، در کنار ۲۳ شرکت بیمه ای در استان مشغول به فعالیت است. بر اساس معتبرترین آمار ارائه شده، صنعت بیمه استان کرمان جایگاه هفتم را از نظر تولید پرتفوی به خود اختصاص داده است.

شعبه کرمان شعار "حمایت، هدایت و نظارت در جهت رشد روز افزون و افزایش رضایت مشتریان" را سرلوحه کار خود قرار داده تا بهترین خدمات را به بیمه‌گذاران خود ارائه دهد و همواره با توجه ویژه مدیران شرکت و تلاش بی‌وقفه کارکنان‌مان در این شعبه تمام توان خود برای کسب رضایت حداکثری مشتریان به کار می‌گیریم.



در همین راستا، نمایندگان به سطوح مختلف دسته‌بندی شده‌اند و با توجه به نیازهای آموزشی هر سطح، دوره‌های آموزشی متناسب از سطح پایه تا تخصصی و بازاریابی طراحی و ارائه می‌شود. در بسیاری از موارد، برای افزایش اثربخشی آموزش‌ها، از اساتید مجرب خارج از شعبه نیز استفاده می‌شود.

یکی از راهبردهای کلیدی برای رسیدن به اهداف صنعت بیمه، استفاده از ظرفیت شورا است.

با توجه به برگزاری نشست شورای استان کرمان، ارزیابی شما از برگزاری چنین نشست‌هایی برای ارتقا و جایگاه صنعت بیمه چیست و چه مزایای برای پیشبرد اهداف صنعت بیمه دارد؟

یکی از راهبردهای کلیدی برای رسیدن به اهداف صنعت بیمه، استفاده از ظرفیت شورا است. خداوند متعال در قرآن مجید نیز به این مهم اشاره می‌نماید ((و امرهم شورا بینهم)). بدون تردید استفاده از این ابزار در پیشبرد اهداف صنعت بیمه بسیار موثر خواهد بود. با توجه به اینکه از ابتدای سال ۱۴۰۳ بنده به عنوان رییس شورای هماهنگی استان افتخار خدمت پیدا کرده‌ام، سعی در گسترش راهبردی صنعت بیمه در سکوه‌های استانی به جهت شنیده شدن دغدغه‌های صنعت بیمه در جهت رشد و بهینه‌سازی خدمات ارائه شده به مشتریان داشته و یکی از مهمترین دستاوردهای این تلاش‌ها، برگزاری نشست شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی در استان با حضور مقامات ارشد استانی و فعالان صنعت بیمه بود. در این نشست، چالش‌های موجود در مسیر افزایش ضریب نفوذ بیمه در استان مطرح و مورد توجه و پیگیری مدیران استانی قرار گرفت.

در پایان اگر سخنی برای خوانندگان نشریه چتر دارید بیان نمایید

در پایان لازم می‌دانم ضمن تشکر و قدردانی از مدیریت ارشد شرکت، به ویژه مدیران دلسوز که در مسیر پیشبرد اهداف سازمان، این شعبه را یاری نموده‌اند و نیز از زحمات مدیر منطقه مرکز به دلیل حمایت‌های همه‌جانبه در پیشبرد اهداف شعبه صمیمانه قدردانی می‌نمایم و امیدوارم تا با اتکا به الطاف الهی شاهد رشد و شکوفایی و درخشش بیمه پارسیان در تمام عرصه‌های صنعت بیمه در کشور عزیزمان باشیم ان‌شالله.

چه اقداماتی برای جلب رضایت و وفاداری بیمه‌گزاران خود انجام می‌دهید به اختصار توضیح دهید.

در بازار پرقابلیت امروز، حفظ مشتری بیش از هر زمان دیگری اهمیت یافته است. به همین منظور، با هدف بهبود تجربه مشتری و ارتباط موثر، اقداماتی را برای جلب رضایت و وفاداری مشتریان خود انجام داده‌ایم که برخی از این اقدامات شامل موارد ذیل می‌باشد:

- تشکیل کمیته رسیدگی به خسارات از سال ۱۳۹۵
- طراحی فرم مخصوص اعتراض به پرونده در جهت درک بهتر از عدم رضایت مشتری

- اختصاص شماره پیامک ارتباط مستقیم با مدیر شعبه و بررسی و رسیدگی به درخواست‌ها و شکایات مشتریان
- در ادامه لازم می‌دانم از طراحی و اجرای سامانه‌های خدمات غیرحضوری در دو بخش خسارت درمان و بیمه‌های خودرو توسط مدیران شرکت تشکر قدردانی نمایم. بی‌شک ارایه این‌گونه خدمات به شرط اجرای صحیح و پشتیبانی دقیق، در افزایش رضایتمندی بیمه‌گزاران و مشتریان تحولی بزرگ ایجاد خواهد نمود.

یکی از مهم‌ترین چالش‌های هر شعبه، ایجاد ارتباط و درک متقابل بین نمایندگان و برنامه‌های شرکت است.

ارتباط شما با نمایندگان چگونه است و چه کارهایی را در جهت ارتقای سطح دانش نمایندگان در دستور کار قرار داده‌اید. در خصوص آموزش نمایندگان توضیحاتی ارائه فرمایید.

یکی از مهم‌ترین چالش‌های هر شعبه، ایجاد ارتباط و درک متقابل بین نمایندگان و برنامه‌های شرکت است. در این میان، نقش نمایندگان به عنوان ارکان اصلی هر شعبه، اهمیتی دوچندان می‌یابد. شعبه کرمان از سال ۱۳۹۳ با راه‌اندازی گروه ارتباطی در فضای مجازی و ارایه کانال‌های ارتباطی متنوع، در جهت افزایش ارتباط و درک متقابل میان نمایندگان و برنامه‌های شرکت گام برداشته است. همچنین واحد رسیدگی به امور نمایندگان با فوریت به درخواست‌های نمایندگان رسیدگی می‌کند و در طول شبانه روز برای پیشبرد اهداف شرکت با آن‌ها همکاری دارد. از جمله اقدامات این واحد، بررسی عملکرد و کمک به بهبود آن، بررسی عملکرد مالی و کمک به وصول مطالبات معوق و برگزاری دوره‌های آموزشی فنی و بازاریابی به صورت گروهی و انفرادی است. برگزاری کلاس‌های حضوری نیز فرصتی برای تبادل نظر و رفع چالش‌های نمایندگان فراهم می‌کند.

فرهنگ ریسک

منظور از کلمه "فرهنگ" در اینجا مجموعه‌ای از الگوهای تکرار شونده‌ی قابل مشاهده از گروهی از رفتارهاست. فرهنگ، با طیف وسیعی از نیروها شکل می‌گیرد، از جمله: رهبری، ارزش‌ها و باورهای مشترک، عادات و انگیزه‌ها، چه مثبت و چه منفی. فرهنگ به نوبه خود رفتار انسانی و در نتیجه ارزش‌های آن بر مدیریت ریسک را به همراه می‌آورد. با ایجاد هشیاری نسبت به ریسک و مسئولیت‌پذیری در یک فرهنگ شرکتی، مدیران دیگر نیازی نخواهند داشت تا زمان زیادی را صرف ایده‌پردازی در ارتباط با سیاست‌ها برای تک تک موقعیت‌های ریسک نمایند، بلکه می‌توانند منابع خود را صرف قسمت‌ها و حوزه‌های دیگری نمایند.

جنبه‌ی نرم مدیریت ریسک، حداقل به همان اندازه جنبه سخت آن حایز اهمیت است. فرهنگ ریسک برای مدت‌های مدیدی مفهومی گنگ به حساب می‌آمده است و فعالان حوزه بازار و محققین دانشگاهی هر دو در تعریف آن با مشکل رو به رو بوده‌اند. دلیل اصلی این عدم موفقیت آن است که احساسات و تمایلات کارمندان، به عنوان مفهومی غیرقابل اندازه‌گیری در نظر گرفته می‌شود، یا حداقل اندازه‌گیری دقیق آن در مقایسه با اعداد روشنی همچون ارزش در معرض ریسک یا بازده سرمایه تنظیم شده با ریسک بسیار دشوار است.

فرهنگ ریسک در یک سازمان عامل مهمی در مدیریت ریسک محسوب می‌شود و ایجاد مناسب آن به معنای تحقق سه نکته زیر است:

- ۱- شناخت تمایل مدیران به ریسک: این موضوع بسیار حائز اهمیت است چون نشان می‌دهد سازمان تا چه اندازه آمادگی ریسک‌پذیری است.
- ۲- رفتار درست: اگر نتایج ریسک از نظرها پنهان بماند یا اگر هنگام بروز ریسک از آن چشم‌پوشی شود انگیزه‌ی چندانی برای پرداختن به ریسک باقی نمی‌ماند و عملاً کاری برای مدیریت آن‌ها هم نمی‌توان انجام داد. منظور از رفتار درست یعنی بحث آزاد داشتن و تمایل به انجام اقدامات لازم برای مدیریت ریسک است.
- ۳- حصول اطمینان از اینکه کل سازمان مفهوم مدیریت ریسک را درک کرده است.

دینامیک و طبیعت چندوجهی ریسک، بدان معناست که قانون‌گذاری به تنهایی برای کنترل گرفتن آن کافی نیست. در عوض، ضروری است که سازمان یک فرهنگ ریسک نیرومند ایجاد نماید تا کارکنان به خوبی نسبت به آن چه که باید در بیشتر موقعیت‌ها انجام دهند، آگاه باشند، حتی اگر دستورالعمل‌های روشن و مشخصی برایشان ترسیم نشده باشد. برعکس، یک فرهنگ ریسک ضعیف یا نامتناسب می‌تواند، حتی در شرایطی که قوانین به روشنی تعریف شده‌اند، به راحتی به نادیده گرفتن آن‌ها منجر شود.

ایجاد یک فرهنگ ریسک مثبت، یک تلاش سیستماتیک است که با چهارچوبی برای تأثیر بر تصمیم‌گیری‌های فردی آغاز شده و سپس گام‌های محکمی از تلفیق آگاهی به ریسک با استفاده‌ها، تعیین مسیر از بالا، و ایجاد سیاست‌های روشن و هماهنگ را شامل می‌شود که به رفتار مثبت پاداش داده، خطاها را اصلاح و با جریمه همراه می‌سازند.

در نهایت با توجه به این امر که شرکت‌ها نمی‌توانند فرض کنند که یک فرهنگ ریسک سالم می‌تواند نتیجه‌ای طبیعی باشد، لازم است تیم‌های مدیریتی با فرهنگ ریسک همچون مشکلات کاری دیگر مواجه شده و نسبت به رفتارهایی که منجر به ریسک روزمره سازمان می‌شود جدی‌تر برخورد کنند.

تهیه شده در مدیریت ریسک



وارد شدن به یک اتومبیل با ریسک همراه بوده و کاری است که اکثر ما به طور روزمره انجام می‌دهیم. به دلیل ریسک‌های موجود در حمل و نقل با اتومبیل، سیاست‌گذاران سیستم‌ها و کنترل‌های متعددی را به کار بسته‌اند تا تعداد حوادث را کاهش داده و از شدت آن‌ها بکاهند. قوانین مربوط به تابلوهای رانندگی و ابزارهایی همچون سرعت سنج‌ها و عقربه‌های سوخت، هماهنگی این قوانین را تسهیل کرده و تصمیم‌گیری هوشمندانه را ترویج می‌کنند. با این حال هر روز هزاران راننده از این قوانین تخطی کرده و اغلب همین مسئله به قیمت جان آن‌ها یا جان دیگران تمام می‌شود. روشن است که اگر رانندگان ساختارها و سیاست‌ها را نادیده گرفته و یا به آن‌ها بی‌توجهی کنند این ساختارها و سیاست‌ها کاربرد چندانی نخواهد داشت. رانندگان باید ارزش‌ها و رویکردهای مناسب را در خود نهادینه سازند تا این سیاست‌ها با موفقیت همراه شوند. ما به عنوان یک جامعه به یک فرهنگ رانندگی مناسب و معقول نیاز داریم.

همان‌طور که سیاست‌گذاران نمی‌توانند امنیت خودروها را صرفاً با اعمال قوانین و مقررات پیشینه نمایند، شرکت‌ها هم قادر نیستند مدیریت ریسک را تنها با ایجاد کمیته‌های نظارت فرآیندهای حساس‌رسی و گزارش‌های ریسک بهینه سازی نمایند. این فرآیندها و سیستم‌ها که تشکیل دهنده وجه "سخت" مدیریت ریسک هستند بدون همراهی بخش "نرم" کاملاً بی‌استفاده خواهند ماند. در یک فرهنگ ریسک منطقی و معقول، هر فردی نه تنها از سیاست‌ها مطلع بوده و آن‌ها را به خوبی درک می‌کند بلکه ارزش‌های پشت آن‌ها را نیز به اشتراک می‌گذارد. کارمندان و مدیران هر دو نسبت به ریسک آگاه بوده و رفتار خود را متناسب با آن تنظیم می‌کنند. جنبه‌های سخت و نرم مدیریت در کنار هم پروفایل ریسک یک کسب و کار را مشخص می‌نمایند. در حالی که وجه سخت شامل عناصر توانمندسازی است که ظرفیت مناسب برای اقدامات مناسب حوزه ریسک را فراهم می‌آورد، وجه نرم نیز محرک‌ها و عواملی را شامل می‌شود که اجرای حقیقی اقدامات ریسک منطقی را موجب می‌گردند. از آن‌جا که هر ریسکی منحصر به فرد بوده و از آن‌جا که ریسک‌ها همواره در حال تغییر و تحول هستند، داشتن یک سیاست خوب در زمینه‌ی جنبه‌ی سخت هر موقعیت ریسک، به همان اندازه امکان پذیر خواهد بود که داشتن یک قانون مناسب برای هر موقعیتی که در هنگام رانندگی با آن رو به رو می‌شویم.



بیمه پارسیان در آینه جراید؛

گزیده ای از اخبار منتشر شده خرداد و تیر ۱۴۰۳ در پایگاه‌های خبری

عنوان خبر	خبرگزاری‌ها
مثلت توسعه پایدار بیمه پارسیان با اضلاع جامعه، اقتصاد و محیط زیست	باشگاه بیمه گران
سهم ۱۰ درصدی بیمه پارسیان از صدور بیمه نامه و سهم ۲۳ درصدی از رشته درمان در کل صنعت بیمه	بانکداری ایرانی
رشد ۶۱ درصدی درآمدهای تجمیعی پارسیان	چشم‌پند
پیشرفت‌های چشمگیر تکنولوژی، عرصه روابط عمومی را دگرگون کرده است	باشگاه بیمه گران
شبکه فروش بیمه پارسیان بازوی توانمند این شرکت برای تحقق اهداف سازمانی	پژوهش‌های اقتصاد تهران
پارسیان خود را بیمه کرد، شروع پرقدرت در سال ۱۴۰۳	خط‌بازار
معرفی بیمه‌نامه جامع آرامش زندگی پارسیان	گویای خبر
بیمه پارسیان؛ پیش‌تاز طرح‌های نوین بیمه‌های زندگی	اقتصاد و تجارت
حمایت بیمه پارسیان از هیات‌های مذهبی با ارائه بیمه‌نامه‌های مسوولیت با شرایط ویژه	گویای خبر
پارسیان آرامش بخش بیمه گزاران	خط‌بازار
بیمه مسوولیت پزشکی پارسیان امنیت خاطر مهمی برای جامعه پزشکی کشور خواهد بود	فرا بیمه Fara Bimeh
عرضه طرح «بیمه مسوولیت کشتی تفریحی، قایق موتوری، پدالی و جت اسکی» توسط بیمه پارسیان	اصدئلا
با بیمه مسوولیت حرفه ای مدیران واحدهای اقامتی بیمه پارسیان، ایمن فعالیت کنید	بانکداری ایرانی
طرح فروش بیمه مسوولیت مدنی مدیران واحدهای اقامتی بیمه پارسیان روانه بازار شد	گویای خبر

همایش تخصصی بیمه های خودرو در منطقه مرکزی کشور برگزار شد

در ادامه این همایش، آخرین بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های بیمه‌های خودرو که سهم و جایگاه حائز اهمیتی در عملکرد شعب دارند، توسط معاون و کارشناس مدیریت بیمه‌های خودرو ارائه شد و کارشناسان و نمایندگان شعب مسایل و نیازمندی‌های موجود را جهت ارائه خدمات مطلوب‌تر به مشتریان و جذب پرتفوی مناسب در رقابت با سایر شرکت‌های بیمه ای بیان کردند. همچنین کارشناسان خسارت مالی بیمه‌های خودرو نیز با بررسی وضعیت پرونده‌های خسارت مالی به صورت تخصصی جلساتی را با همکاران شعب برگزار و در پایان، ضمن بازدید از چندین مورد خسارت، به تشریح نحوه بررسی و ارزیابی خسارت خودروهای سنگین پرداختند.

همایش تخصصی فنی بیمه‌های خودرو منطقه مرکزی کشور با حضور معاونین صدور و خسارت مالی خودرو، کارشناسان و نمایندگان شعب ۸ گانه منطقه مرکزی کشور در روزهای ۲۵ و ۲۶ خرداد ماه در شهر اصفهان برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در این همایش، نجفی مدیر منطقه مرکزی کشور ضمن خوش آمدگویی به کلیه مدعوین، به بیان نقش و جایگاه رشته اتومبیل در عملکرد صدور و خسارت شعب پرداخت و از تلاش‌های مدیریت‌های بیمه‌های خودرو و امور شعب و نمایندگان برای برگزاری این همایش که در ارائه هرچه بهتر خدمات بیمه‌ای به مشتریان و ارتقای جایگاه بیمه پارسیان تاثیر بسزایی خواهد داشت، قدردانی کرد.



به میزبانی شعبه قزوین بیمه پارسیان؛ با همت شورای هماهنگی شرکت‌های بیمه بهبود خدمات بیمه‌ای در این استان بررسی شد



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ روسای شورای هماهنگی شرکت‌های بیمه استان قزوین در جلسه‌ای که به میزبانی بیمه پارسیان برگزار شد، در خصوص وحدت رویه در پرداخت خسارت‌های ثالث مالی و بدنه خودرو و همچنین بیمه‌های درمان گروهی و چگونگی تمدید قرارداد با بیمارستان‌های خصوصی در سطح استان به بحث و تبادل نظر پرداختند. براساس این گزارش، هدف از برگزاری این جلسه، ارتقای کیفیت خدمات بیمه‌ای و رفاه حال بیمه شدگان در استان قزوین عنوان شده است. در این جلسه، روسای شرکت‌های بیمه حاضر در استان، ضمن بررسی چالش‌های موجود در زمینه پرداخت خسارت و ارائه خدمات به بیمه‌شدگان، راهکارهای لازم برای رفع این چالش‌ها را ارائه کردند.



در جلسه شورای هماهنگی بیمه های استان کرمان با قائم مقام بیمه مرکزی مطرح شد: لزوم آشنایی بیشتر مردم استان کرمان با خدمات مختلف بیمه‌ای

کشوری را دارد، اما به لحاظ ضریب نفوذ بیمه در رتبه ۲۷ قرار دارد." احتشامی، ضعف فرهنگ استفاده از بیمه، پایین بودن توان مالی به ویژه در مناطق جنوب استان و عدم اولویت خرید بیمه را از جمله دلایل پایین بودن ضریب نفوذ بیمه در کرمان عنوان کرد.

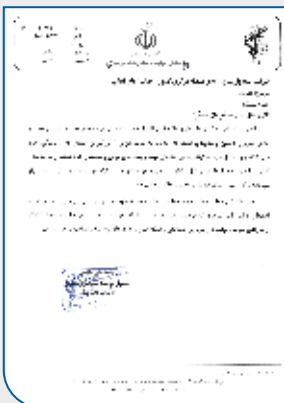
در این نشست، پیشنهادهای همچون اختصاص کد سنهاب بیمه گزاران بزرگ در استان به جهت همسان سازی و ارتقاء ضریب نفوذ بیمه، اصلاح موارد مرتبط با پرداخت خسارت به اتباع بیگانه غیر قانونی، دستور به پلیس راهنمایی و رانندگی برای توقیف خودروهای فاقد بیمه نامه، الزام ادارات و سازمان‌های دولتی و خصوصی به تهیه بیمه نامه با ارزش کارشناسی و ورود شرکت‌های بیمه به شورای گفتگو و شورای تصمیم‌گیری استان جهت رفع مشکلات صنعت بیمه استان کرمان ارایه شد.

در نود و هشتمین نشست شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان کرمان که با حضور مقامات ارشد استانی، دکترمشعلچی قائم مقام رییس کل بیمه مرکزی و فعالان این حوزه برگزار شد، به بررسی مشکلات صنعت بیمه با نگاه سرمایه‌گذاری و ارتقا ضریب نفوذ بیمه در این استان و راهکارهای رفع آن‌ها پرداخته شد.

رامین احتشامی، رییس شعبه بیمه پارسیان و رییس شورای هماهنگی بیمه‌های بازرگانی استان کرمان، ضمن تشریح وضعیت صنعت بیمه در این استان، از پایین بودن ضریب نفوذ بیمه به عنوان یکی از چالش‌های اصلی نام برد. وی با بیان اینکه سهم استان کرمان از حق بیمه تولیدی کشور ۲/۶۸ درصد و سهم خسارت پرداختی آن ۲/۸۳ درصد است، گفت: "این استان در تولید حق بیمه رتبه ۹ و در پرداخت خسارت رتبه ۸



تقدیر و تشکر بیمه گزاران از شعبه اصفهان بیمه پارسیان



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ موسسه شهید زین الدین وابسته به نیروی زمینی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، یکی از بیمه گزاران منطقه مرکزی کشور با ارسال پیامی به شعبه اصفهان، از نجفی مدیر منطقه مرکزی و همچنین از خدمات مطلوب ارایه شده به کارکنان آن مجموعه توسط شعبه اصفهان، به ویژه واحد خسارت درمان تقدیر و تشکر کرد.

گفتنی است که واحد خسارت درمان شعبه اصفهان، با تلاش و پیگیری مستمر، در زمینه رسیدگی به پرونده‌های خسارت درمان، عملکردی مطلوب داشته و توانسته است رضایت بیمه شدگان این بیمه گزار را جلب نماید.

کارگاه آموزشی با محوریت فروش بیمه‌های زندگی در شعبه رشت برگزار شد

موثر برای بالابردن میزان فروش بیمه، راه‌های موثر مشتری‌یابی و افزایش میزان فروش، طرح‌های جدید بیمه مستمری پارسیان، پلن درآمدزایی فروش و محاسبه کارمزد نمایندگان آشنا شدند. هدف از برگزاری این کارگاه آموزشی، توانمندسازی نمایندگان در ارائه مشاوره‌های تخصصی و متناسب با نیاز مشتریان، افزایش سهم بازار بیمه‌های زندگی و در نهایت ارتقای سطح رضایت‌مندی بیمه‌گذاران عنوان شده است.



به منظور ارتقای سطح دانش و مهارت نمایندگان بیمه‌های زندگی، یک کارگاه آموزشی دو روزه، در محل سالن همایش شعبه رشت برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در این کارگاه آموزشی که طی روزهای ۲۱ و ۲۲ خرداد ماه با حضور نیازی، رییس اداره توسعه و راهبری شبکه فروش بیمه‌های زندگی و دکتر مافی‌نژاد، راهبر ارشد آموزش کشوری برگزار شد، نمایندگان تحت سرپرستی شعبه رشت با مباحث مختلفی از جمله: مشاوره



قدردانی بیمه‌گذار از خدمات شعبه بیمه پارسیان در زنجان

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در اقدامی ارزشمند، مدیران شرکت شیر پاستوریزه پگاه استان زنجان، با حضور در شعبه زنجان، از تعهد، تخصص و خدمات ارزنده این شعبه و نمایندگی ساحره رضایی مفرد کد ۵۵۵۲۶۰ که موجبات رضایت و خرسندی کلیه کارکنان مجموعه پگاه زنجان را فراهم آورده‌اند، با اهدای لوح تقدیر قدردانی کردند.





جلسه هم اندیشی استانی منطقه یک کشور در استان قزوین برگزار شد

راهکارهای توسعه شبکه فروش، وصول مطالبات، گزارش درصد موفقیت مناقصات در حوزه درمان، افزایش میزان فروش شعب در بیمه های عمر و سرمایه گذاری و بررسی مسائل و مشکلات موجود مطرح و مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت.

اولین جلسه هم اندیشی روسای شعب منطقه یک کشور با حضور مدیر این منطقه در استان قزوین برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در این جلسه که با حضور قشقاوی، مدیر منطقه یک و روسای شعب این منطقه برگزار شد، موضوعاتی پیرامون،



تمرکز بر بیمه های زندگی و توانمندسازی نمایندگان در جلسات تخصصی شعبه لاهیجان

حق بیمه را بیان کرد. در همین راستا، شعبه لاهیجان میزبان روسای منطقه شمال کشور بود. در این جلسه اختصاصی، غزال، مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران به بررسی موانع و مسائل شعب پرداخت و نقطه نظرات سازنده ای برای شفاف سازی مسیر موفقیت ارائه کرد. همچنین، به منظور آگاه سازی و توانمندسازی شبکه فروش در حوزه بیمه های زندگی، جلسه ای دو روزه در محل شعبه برگزار شد. در این جلسات، طرح های جاری و مفاهیم فنی و بازاریابی حوزه بیمه های زندگی تشریح و به ابهامات و مسائل نمایندگان پاسخ داده شد. این اقدامات در راستای توسعه کمی و کیفی عملکرد در رشته بیمه های زندگی انجام شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در راستای برنامه های توسعه ای و با هدف بررسی موانع و تشریح اهداف انتظاری شعب، جلسه راهبردی شبکه فروش با حضور غزال، مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران، روسای شعب منطقه شمال کشور، نمایندگان و همکاران در محل شعبه لاهیجان برگزار شد. براساس این گزارش، در ابتدای این جلسه، ضمن خوش آمدگویی به مدعوین، مروری بر عملکرد شعبه لاهیجان صورت گرفت و سپس مدیر امور شعب، نمایندگان و کارگزاران به تشریح اهداف انتظاری در سال جاری پرداخت. ایشان ضمن پاسخگویی به پرسش ها و درخواست های نمایندگان، راهکارها و روش های مورد نیاز در مواجهه با موانع پیش رو را ارائه داد و نوید پیگیری و رفع موانع موجود را به ویژه در حوزه روش های پرداخت و تسویه



برندگان مسابقه غدیر معرفی شدند



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ همزمان با فرا رسیدن عید سعید غدیر خم و با هدف گرامیداشت این عید فرخنده، مسابقه ای با عنوان " غدیر " برگزار شد. در این مسابقه که با استقبال همکاران همراه بود، ۵ نفر به قید قرعه انتخاب و جوایزی به رسم یادبود به ایشان تقدیم شد. اسامی برندگان این مسابقه به شرح ذیل می باشد:

- ۱- شکیبا نوروزی؛ شعبه شمال شرق
- ۲- علی اکبر امیری؛ شعبه اهواز
- ۳- امید بک زاده؛ ستاد مرکزی
- ۴- سید سجاد قریشی امیری؛ شعبه آمل
- ۵- محمد مهدی شریفی؛ شعبه گنبد کاووس

با صعود بر فراز قله ها، پرچم بیمه پارسیان به اهتزاز درآمد



پرچم بیمه پارسیان بر فراز قله های الوند همدان، پلنگ چال، کلکچال، دارآباد، سیاه سنگ، قوچان و شیرپلا به اهتزاز درآمد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ سعید سعیدی، سرپرست اداره پشتیبانی بازیافت خسارت، به همراه گروهی از همکاران این شرکت با صعود به ارتفاعات قله های یاد شده، پرچم بیمه پارسیان را بر فراز این قلهها به اهتزاز درآوردند.

نشریه چتر ضمن قدردانی از این اقدام ارزشمند، برای این همکاران گرانقدر آرزوی توفیق و سربلندی دارد.





باید به طور مداوم هدف خود را ارتقاء استراتژی‌های ارزش آفرینی خود قرار دهند. علاوه بر این، ایجاد ارزش شامل همسویی با چشم انداز دیجیتال است، جایی که بینش‌های مبتنی بر داده، یکپارچگی فناوری و تصمیم‌گیری چابک بسیار مهم هستند. برای داشتن برتری واقعی در درک معنای خلق ارزش، کسب و کارها باید چابک بمانند و به نیازها و انتظارات در حال تحول سهامداران خود پاسخ دهند.

مدل ایجاد ارزش UNITE

خلق ارزش در قلب ماموریت و استراتژی هر سازمان موفقی قرار دارد. این فرآیند اساسی است که از طریق آن کسب و کارها نه تنها برای خود ارزش ایجاد می‌کنند، بلکه به طور مثبت به جامعه به عنوان یک کل کمک می‌کنند. مدل ایجاد ارزش UNITE به عنوان یک ابزار قدرتمند برای تشریح، درک و مهار این فرآیند حیاتی به طور موثر عمل می‌کند. با بررسی دقیق جنبه‌های ورودی منابع، خلق ارزش، خروجی‌های ارزش و تأثیر آن، سازمان‌ها دیدی جامع از عملیات خود به دست می‌آورند. این دیدگاه جامع آن‌ها را قادر می‌سازد تا تصمیمات آگاهانه بگیرند، محصولات خود را افزایش دهند و در نهایت سودآوری خود را به حداکثر برسانند. علاوه بر این بر اهمیت همسویی اهداف سازمانی با رفاه اجتماعی تأکید می‌کند و بر نیاز کسب و کارها به عمل مسئولانه، پایدار و با چشم انداز بلند مدت تأکید می‌ورزد. در دنیایی که به سرعت در حال تحول است و به هم پیوسته می‌باشد، توانایی درک و استفاده از تفاوت‌های ظریف خلق ارزش، همانطور که در این چارچوب ذکر شده است، برای دستیابی به موفقیت پایدار و اهمیت در چشم‌انداز کسب و کار امروزی بسیار مهم است. چارچوب ایجاد ارزش UNITE که شامل چهار بخش مجزا است (ورودی‌های منبع، ارزش آفرینی، خروجی‌های ارزش و تأثیر) یک رویکرد ساختار یافته برای درک و برقراری ارتباط فرآیند خلق ارزش ارائه می‌کند.

بیباید هر بخش از چارچوب را بررسی کنیم:

● **ورودی‌های منبع:** این بخش یک نمای کلی از ورودی‌های مختلف ارائه شده توسط سازمان و جامعه شما به عنوان یک کل ارائه می‌دهد که در فرآیند ارزش آفرینی نقش دارند. این منابع می‌توانند شامل سرمایه‌گذاری‌های مالی، سرمایه انسانی، فناوری و غیره باشند.

● **ارزش آفرینی:** در این بخش فرآیند مرکزی ارزش آفرینی به تفصیل بیان می‌شود که شامل ارزش‌های پیشنهادی و هدف‌های تجاری فراگیر و همچنین مخاطبان هدف شما می‌شود. ارزش آفرینی موتور اصلی است که سفر ارزش آفرینی سازمان شما را به پیش می‌برد.

● **خروجی‌های ارزش:** در اینجا نتایج حاصل از فرآیند ارزش آفرینی تعریف و توضیح داده می‌شود. این خروجی‌ها می‌تواند شامل محصولات، خدمات، نوآوری‌ها و تجربیات مشتری باشد که در میان مخاطبان شما طنین انداز می‌شود.

● **تأثیر:** این بخش با بررسی تأثیر گسترده تری که سازمان شما بر خود و جامعه به طور کلی دارد، یک قدم فراتر می‌رود. با در نظر گرفتن جنبه‌هایی مانند مسئولیت اجتماعی، پایداری و مزایای اجتماعی درازمدت، به عواقب تلاش‌های ارزش آفرینی شما می‌پردازد. درک و بهینه‌سازی این عوامل ارزش آفرین، سازمان‌ها را برای ایجاد ارزش بیشتر برای مشتریان و افزایش سودآوری توانمند می‌سازد. این چارچوب همه‌کاره در زمینه‌های مختلف، از استارت‌آپ‌ها و نوآوری مدل کسب و کار گرفته تا ارتباطات شرکتی و ارایه‌های اتاق هیئت مدیره قابل استفاده است و آن را به ابزاری ارزشمند و سازگار تبدیل می‌کند. ادامه دارد...

معنا، مدل و نمونه‌های خلق ارزش در کسب و کار

اهمیت ارزش آفرینی



خلق ارزش چیزی فراتر از یک استراتژی تجاری است. این یک رویکرد اساسی است که به سازمان‌ها جهت و شکل می‌دهد و هدف تجاری آن‌ها را مشخص می‌کند. خلق ارزش هم افزایشی، تفکر نوآورانه، تعهد تزلزل ناپذیر و درک دقیق سهامداران مختلف در دنیای به هم پیوسته امروزی است. از اتاق هیئت مدیره تا مرز دیجیتال، ایجاد ارزش قطب‌نمایی است که کسب و کارها را هدایت می‌کند.

در رهبری دیجیتال، باید در استراتژی دیجیتال و اجرای آن تخصص داشت و از فناوری‌های نوظهور و مدل‌های تجاری نوآورانه برای ارایه خدمات بهتر به مشتریان استفاده کرد. خدمات استراتژی مدل کسب و کار برای کمک به سازمان‌ها طراحی شده است تا برای همه افراد درگیر ارزش ایجاد کرده و آن را پرورش دهند.

با بررسی استراتژی‌ها، نوآوری‌ها و بینش‌هایی که به خلق ارزش در محیط کسب و کار دامن می‌زنند، مسیر موفقیت روشن خواهد شد. چه کار آفرینی با چشم‌اندازی برفکن باشید، یا رهبری که سازمان را در آب‌های ناشناخته هدایت می‌کند و یا حرفه‌ای که به دنبال تأثیرگذاری عمیق هستید، این مقاله قطب‌نمای شما برای حرکت در چشم‌انداز پیچیده خلق ارزش، تضمین سرمایه‌گذاری و ایجاد یک طرح کسب و کار استراتژیک می‌باشد که با اهداف و آرزوهای شما همسو است.

معنی خلق ارزش

خلق ارزش هسته اصلی هر موفقیت تجاری است. این شامل تبدیل منابع به چیزی ارزشمند از طریق کار سخت است. در حوزه اقتصادی، خلق ارزش یک مفهوم جامع است که شامل ایجاد محصولات و خدمات ملموس است. همچنین به فرآیند ایجاد ارزش اضافی برای سهامداران، فراتر از سرمایه‌گذاری اولیه یا ورودی اشاره دارد.

علاوه بر این شامل سرمایه‌گذاری در کالاهای سرمایه‌ای و دارایی‌های معنوی می‌شود. در اصل، ارزش آفرینی به معنای استفاده بیشتر از آنچه دارید است و برای موفقیت هر سازمانی بسیار مهم است. مهم است که تأکید کنیم که مفهوم ارزش آفرینی فراتر از سودجویی است. خلق ارزش شامل طیف گسترده تری از جنبه‌ها، مانند بهبود محصولات و خدمات، تقویت روابط بهتر با مشتری، ایجاد نوآوری و ایجاد کمک‌های مثبت به جامعه و محیط است.

درک معنای خلق ارزش در بنیاد خود، با پایداری، ارتباط نزدیکی دارد. کسب و کارها باید به طور مداوم نوآوری کنند و با شرایط متغیر بازار سازگار شوند. این امر مستلزم ساده‌سازی عملیات پالایش محصولات و ترویج فرهنگ تعالی است. سازمان‌ها

انتصاب‌های جدید در بیمه پارسیان

طی احکامی همکاران جدیدی در سمت‌های سازمانی مختلف منصوب شدند:

نام و نام خانوادگی	سمت
علیرضا کویایی	معاون امور شعب
مهدی کرمی	معاون مدیر توسعه بازار و امور مشتریان
سعید هرسج ثانی	مشاور منطقه شمال کشور در حوزه وصول مطالبات نمایندگان
رضا ذکریایی	سرپرست مدیریت منطقه شمال کشور
سیمین نصرالهی	معاون مدیر روابط عمومی و تبلیغات
پریسا کاشفی	معاون مدیر امور اداری و رفاهی کارکنان
حمیده حاجی جعفر	سرپرست اداره اطلاعات و ارتباطات

نشریه چتر برای این عزیزان آرزوی توفیق در سمت‌های جدید را دارد.



تسلیت

متأسفانه باخبر شدیم خانم حورا کردی که از نمایندگان با سابقه و پرتلاش بیمه پارسیان بودند، دار فانی را وداع گفتند.

ضمن عرض تسلیت به تمامی بازماندگان ایشان و همچنین همکاران محترم بیمه پارسیان برای ایشان از درگاه خداوند متعال طلب عفو و بخشش و برای بازماندگان صبر و اجر مسئلت داریم.

همچنین همکارانمان آقایان محمد علی بنکدار و مهدی اصغری در غم از دست دادن عزیزانشان به سوگ نشستند. نشریه چتر ضمن عرض تسلیت و ابراز همدردی با این همکاران گرامی برای ایشان و خانواده محترمشان از درگاه باری تعالی طلب صبر و بردباری می‌نماید.



لغات انگلیسی تخصصی بیمه

برگرفته از کتاب فرهنگ اصطلاحات بیمه نوشته هادی اوبار حسین

لغت	ترجمه
Loading and unloading risk	خطر بارگیری و تخلیه
Miscellaneous Risk	خطرات متفرقه
Motor and liability Risk	خطرات بیمه اتومبیل و مسئولیت
Nuclear radiation Risk	خطر رادیواکتیو
Overdue Risk	خطرات سررسید شده
Risk assessment	ارزیابی ریسک
Risk attaching	جریان خطر
Risk cover	پوشش خطر
Risk profile	پروفایل (نمای) خطر / ساختار / ساختار خطر / تعهدات بیمه ای
Selection of Risk	انتخاب خطرات
Special perils/ special Risk	خطرات خاص / ویژه

در هفته‌های اخیر آدرس یک شعبه شرکت بیمه پارسیان تغییر کرد.

آدرس جدید شعبه مشهد:

بلوار شهید چراغچی - بین خین عرب و میدان شهید فهمیده

نیش چراغچی ۶۱

کدپستی: ۹۱۹۶۹۴۲۸۰۳

شماره تماس: ۰۷۰-۳۶۹۱۴۲۶۴

۳-۳۶۹۰۱۴۳۲



بیمه نفت و انرژی بیمه پارسیان

بیمه پارسیان، حافظ سرمایه های ملی ✓



مرکز ارتباطات : ۸۲۵۹-۰۲۱

www.parsianinsurance.ir club.parsianinsurance.com



پارسیان
گنجینه زندگی
بزرگی و برتری



بیمه
پارسیان
دنيا دنيا آرامش
Parsian
Insurance

۸۲۵۹ مرکز ارتباطات • www.parsianinsurance.ir