



نشریه داخلی بیمه پارسیان • مدیریت روابط عمومی
شماره هفتاد و شش | آذر و دی ماه ۱۴۰۳



◀ تسهیلات ویژه بیمه موبایل در جشنواره
زمستانه بیمه پارسیان

با تأیید صلاحیت حرفه‌ای از سوی بیمه مرکزی؛ دکتر مجید بنویدی مدیرعامل بیمه پارسیان شد



◀ در اولین جلسه مدیرعامل بیمه پارسیان با مدیران و روسای شعب؛
دکتر بنویدی، با اهمیت اقتصادی سازی پرتفوی،
توانمندسازی نیروی انسانی و تمرکز شبکه فروش بر
خرده فروشی تأکید کرد



بیمه باربری بیمه پارسیان ✓

● صدور انواع بیمه نامه های باربری و
بیمه مسئولیت متصدیان حمل و کشتی



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان

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



شماره هفتاد و شش | آذر و دی ماه ۱۴۰۳



- مدیر مسئول: 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: ۱۹۶۹۶۳۳۴۳۱
- تلفن: ۴۲۱۶۹۳۴۱
- دورنگار: ۴۲۱۶۹۳۴۶
- پست الکترونیکی: info@parsianinsurance.com
- وبسایت: www.parsianinsurance.ir

نشریه چتر از تمامی همکاران علاقه‌مند 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 به‌صورت تایپ شده فایل (word) ارسال گردد.

با تأیید صلاحیت حرفه‌ای از سوی بیمه مرکزی، دکتر مجید بنودی مدیرعامل بیمه پارسیان شد



سخنرانی دکتر بنودی مدیرعامل بیمه پارسیان در پل توانگری مالی کفارسای سیم و مالی ایران در دانشگاه شهید بهشتی



فرآیند شش‌هفته مدیرعامل بیمه پارسیان با مدیران و رؤسای شعب دکتر بنودی، بر اهمیت اقتصادی سازی برابری توانمندسازی نیروی انسانی و تمرکز شبکه فروش بر خرده فروشان تأکید کرد




ارایه مقاله توسط مدیرعامل بیمه پارسیان در همایش روز بیمه



دیدار رئیس سندیکای بیمه گران ایران با مدیرعامل بیمه پارسیان



تسهیلات ویژه بیمه موبایل در جشنواره زمستانه بیمه پارسیان



ایلام بزرگترین نمایشگاه بیمه و توسعه



از نمایندگان برتر سال ۱۴۰۲ شش‌هفته تجلیل شد



بیمه پارسیان از وفاداری ۱۵ ساله بیمه گران خود تجلیل کرد



جلسه راهبردی شش‌هفته جاده مخصوص با نمایندگان برگزار شد



اهداف بلندمدت شش‌هفته سه‌روزه برای ارتقای کیفیت خدمات



چگونه مقالات همکاران بیمه پارسیان درسی و یکم دو ماه نمایش می‌دهد و توسعه



دکتر افشار مدیرعامل بیمه پارسیان در نشست با مدیران و رؤسای شعب



دکتر افشار مدیرعامل بیمه پارسیان در نشست با مدیران و رؤسای شعب



دکتر افشار مدیرعامل بیمه پارسیان در نشست با مدیران و رؤسای شعب



با تأیید صلاحیت حرفه‌ای از سوی بیمه مرکزی؛ دکتر مجید بنویدی مدیرعامل بیمه پارسیان شد



♦ با تأیید صلاحیت مجید بنویدی از جهت انطباق با شرایط تعیین شده در آیین‌نامه ۹۰، انتصاب وی به عنوان مدیرعامل شرکت بیمه پارسیان بلامانع اعلام شد.

به گزارش اداره کل روابط عمومی بیمه مرکزی، پرویز خوشکلام خسروشاهی طی نامه‌ای با اعلام بلامانع بودن انتصاب مجید بنویدی به عنوان مدیرعامل جدید شرکت بیمه پارسیان، بهبود توانگری مالی و رصد و کنترل آن را خواستار شد.

بر اساس این گزارش در نامه یاد شده، رئیس کل بیمه مرکزی بر موضوعاتی نظیر: اهتمام به مدیریت ریسک، برنامه‌ریزی برای ارائه ماهانه صورت‌های مالی، استقرار حاکمیت شرکتی، اهتمام در مسیر روند افزایش سرمایه، تسریع در وصول مطالبات و اولویت‌دهی به فرایند پرداخت خسارات، رعایت کامل موازین فنی و همچنین به‌کارگیری روش‌های فناورانه در مدیریت ریسک و ایجاد بستر حاکمیت تأکید کرده است.

شایان ذکر است مجید بنویدی چندین سابقه مدیریتی بیمه از جمله مدیرعاملی شرکت‌های بیمه میهن و آوای پارس را در کارنامه خود دارد. پیش از این هادی اویارحسین مدیریت ارشد شرکت بیمه پارسیان را برعهده داشته است.

سخنرانی دکتر بنویدی مدیرعامل بیمه پارسیان در پنل توانگری مالی کنفرانس بیم سنجی و مالی ایران در دانشگاه شهید بهشتی



سخنرانی دکتر بنویدی مدیرعامل بیمه پارسیان در
پنل توانگری مالی کنفرانس بیم سنجی و مالی ایران در دانشگاه شهید بهشتی

♦ دکتر مجید بنویدی در پنل تخصصی توانگری مالی در سومین کنفرانس بیم‌سنجی و مالی ایران که به همت دانشگاه شهید بهشتی برگزار شد، با تأکید بر اهمیت توانگری مالی در صنعت بیمه راهکارهای علمی برای تقویت و بهبود این شاخص ارائه کرد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، در این کنفرانس، دکتر مجید بنویدی مدیرعامل بیمه پارسیان طی سخنانی به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌روی صنعت بیمه در حوزه توانگری مالی پرداخت. وی با توجه به اهمیت انتخاب یک بیمه‌گر توانمند توسط بیمه‌گزاران و با اشاره به نقش مهم توانگری مالی در اطمینان بخشی به مشتریان و توسعه پایدار صنعت بیمه، به ضرورت اتخاذ تدابیر مناسب برای تقویت این شاخص تأکید کرد.

دکتر بنویدی به همراه سایر اعضای پنل با بررسی وضعیت مالی موجود در سخنان خود به ارائه راهکارهایی برای بهبود توانگری مالی شرکت‌های بیمه از جمله مدیریت هوشمندانه ریسک بیمه‌ای، انعقاد قراردادهای اتکایی و افزایش سرمایه‌گذاری اشاره کرد.



در اولین جلسه مدیرعامل بیمه پارسیان با مدیران و روسای شعب؛

دکتر بنویدی، بر اهمیت اقتصادی سازی پرتفوی، توانمندسازی نیروی انسانی و تمرکز شبکه فروش بر خرده فروشی تاکید کرد



بیمه گر را نشان خواهد داد. در بیمه پارسیان درآمدها شاید به صورت مستقیم به عملیات بیمه ای مربوط نمی گردد، مانند سودهایی حاصل از سرمایه گذاری مرتبط با سهامداران عمده شرکت از جمله سود ناشی از فروش سهام اپال که ثروت سهامدار محسوب می شود و منجر به تقویت بنیه مالی بیمه پارسیان شده و یکی از نقاط قوت فعلی محسوب می شود.

ایشان در ادامه بیان نمودند:

در خصوص برنامه های آتی که قرار است به گروه مالی پارسیان به عنوان سهامدار عمده هم ارایه دهیم، ما یک طرح عارضه یابی براساس مدل EFQM آماده کرده ایم که در آن مسائل و مشکلات مطرح و همچنین نیازها و ابزارهای لازم جهت رفع آن ها در نظر گرفته شده است به این ترتیب که طرح های اصلی (Mega Projects) برای رفع عارضه های موجود تعریف می شود تا براساس آن نسبت به رفع مشکلات اقدام کنیم که این امر با اخذ نظر همه معاونت ها، مدیریت ها و همچنین مدیران مناطق و روسای شعب صورت می پذیرد، پس از تکمیل نهایی این طرح، آن را به منظور تألیف، اجرا و تأمین منابع به هیات مدیره ارایه خواهیم نمود. یکی از مهم ترین نکته ها در برنامه های آتی، اقتصادی کردن پرتفوی است. مفهوم اقتصادی شدن پرتفوی که البته جنبه های مختلفی را در بر می گیرد این است که پرتفوی منافع بیمه ای مناسبی در بر داشته باشد. اقتصادی کردن پرتفوی علی رغم اینکه جنبه های مختلفی را در بر می گیرد، این موضوع مهم را در نظر می گیرد که افزایش حجم پرتفوی و جریان نقدینگی برای شرکت های بیمه سودآور باشد، اما اکنون کارشناسان به این نتیجه رسیدند که تولید بیشتر پرتفوی بدون تکمیل جریان نقدینگی آن، نه تنها برای شرکت بیمه سودآور نخواهد بود، بلکه می تواند به سرعت خروج نقدینگی شرکت به خاطر پرداخت های خسارت، زیان بار باشد و حتی منابع سرمایه گذاری شرکت را هم مصرف نماید. در خصوص اقتصادی کردن پرتفوی باید چند مسئله مهم را در نظر بگیریم که از جمله می توان تعیین نرخ منصفانه و فنی بیمه که بتواند برای ما منافع بیمه ای ایجاد کند، مدیریت موثر خسارت ها و بهبود فرآیند وصول که در شرکت بیمه پارسیان با توجه به متورم بودن مطالبات در واقع وصول حق بیمه بسیار مهم تر از سایر موارد است. زیرا بدون تکمیل جریان نقدی کافی هیچ سودآوری برای شرکت



وَقُلْ رَبِّ اَدْخُلْنِيْ مَدْخَلَ صِدْقٍ وَاَخْرِجْنِيْ مَخْرَجَ صِدْقٍ وَاَجْعَلْ لِّيْ مِنْ لَّدُنْكَ سُلْطٰنًا نَّصِيْرًا
دکتر بنویدی در اولین جلسه شورای مدیران بیمه پارسیان در ابتدا ضمن تشکر از جناب آقای ابوبارحسین مدیرعامل سابق این شرکت، از آقایان مدرسی نیا و صفاجو برای عهده دار بودن مسئولیت چند ماهه شرکت، تشکر و قدردانی نمود و شروع فصل جدیدی از شرکت را نوید داد.

مدیرعامل بیمه پارسیان در این جلسه، با تاکید بر لزوم همگرایی و توجه ویژه به فعالیت های شعب، ابراز امیدواری کرد که در فصل جدید بیمه پارسیان گام های بزرگ و موثری در حفظ و ارتقای جایگاه ویژه بیمه پارسیان و جلب رضایت همه ذینفعان برداشته خواهد شد.

با توجه به تجارب ۲۴ ساله بنده در صنعت بیمه کشور، باید بگویم همه شرکت های بیمه در طول دوران کاری خود فراز و فرودهایی را تجربه می کنند و این امر حتی در شرکت های بیمه بین المللی دنیا نیز مرسوم است و به خاطر همین تغییرات سود و بازدهی در شرکت های بیمه است که در جهان استانداردهای حسابداری خاصی از جمله IFRS17 برای شرکت های بیمه تعیین شده است. همه ما به عنوان اعضای خانواده بیمه پارسیان می بایست همواره از شرکت خود دفاع کنیم و در کنار هم روز به روز دستاوردها و افتخارات بیشتری را برای شرکت رقم بزنیم. در وضعیت کنونی فعالیت صنعت بیمه بیشتر در حوزه اقیانوس قرمز قرار می گیرد تا اقیانوس آبی، و این سختی کار ما را دو چندان می کند و بایستی از تمام عوامل و پتانسیل های مثبتی که در بیمه پارسیان وجود دارد، نهایت استفاده را ببریم.

با نگاهی به آمارهای صدور و خسارت در صنعت بیمه و مقایسه آن با عملکرد بیمه پارسیان، متوجه نقاط ضعف و قوت خود می شویم و همین آمارها به ما در رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت کمک شایانی خواهد کرد و می توانیم با مدیریت صحیح و انجام عملیات فنی با میانگین ضریب خسارت به تقویت بیش از پیش ساختارهای شرکت بپردازیم. صرفاً تولید حق بیمه زیاد، به خودی خود منجر به سودآوری و یا توانمندی یک شرکت بیمه نخواهد شد و شاخص های مختلف هرکدام به نوبه خود نشان دهنده وضعیت آن شرکت است. از جمله این شاخص ها می توان به آمارهای صدور و خسارت، درآمدهای سرمایه گذاری، سود و زیان، سرانه تولید حق بیمه اشاره کرد که در کنار هم تصویری از وضعیت کلی یک

همچنین مبنای کارنامه‌های شعب خواهد بود.

موضوع بعدی توانمند سازی و چسبندگی نیروی انسانی شایسته در شرکت است، در صنعت بیمه به گفته کارشناسان امر، حوزه منابع انسانی با مشکل‌هایی مواجه است، افراد خبره در این صنعت در کشور ما کم هستند و آن افرادی هم که وجود دارند بین شرکت‌ها جا به جا می شوند و چسبندگی آن به یک شرکت بیمه کم است. برای رفع این چالش برنامه‌هایی برای توانمند سازی پرسنل و نیروی انسانی در نظر گرفته ایم از جمله کار مربیگری، کوچینگ و ارتقای فنی و حرفه ای همکاران و در راستای بهبود معیشت همکاران می بایستی برخی مسائل را اجرا کنیم تا چسبندگی نیروی انسانی به شرکت بالا رود، علی الخصوص در مورد کسانی که به شکل واقعی شایسته هستند و می توانند برای شرکت منافعی را ایجاد کنند. موضوعاتی از جمله تفویض اختیار شعب، شفافیت در فرآیند خسارت و احتساب خسارت‌های معوق نیز از موضوعات روز شرکت است که همکاران شعب نیز در پیام‌های خود به آن اشاره کردند و در موضوع خسارت نیز روسای شعب باید توجه ویژه ای به اعلام خسارت‌ها داشته باشند و به محض ثبت یک خسارت در سیستم، به عنوان یک فرد حرفه ای ضمن اعلام برآورد خسارت مربوطه با واحدهای فنی نیز مشورت نمایند و این برآورد اولیه به صورت شفاف در سیستم ثبت شود تا به روش منصفانه خسارات زیان‌دیدگان پرداخت شود. از ظرفیت‌های آیین نامه‌ها به صورت مناسب استفاده نمایید و سخن آخر که با همکاران در شبکه نمایندگی می باشد و انتظار دارم روسای شعب به نمایندگان انتقال دهند این است که برنامه ما براساس خرده فروشی شبکه نمایندگی است و توجه ویژه‌ای به شبکه فروش خواهیم داشت و اساس کار را بر خرده فروشی قرار می‌دهیم. همانطور که می‌دانیم خرده فروشی مسائل و دغدغه‌های خاص خود را دارد از جمله شبکه سازی، تربیت نیروی انسانی و غیره، اما ماندگاری آن در پورتفوی هم بیشتر است و هم بهتر از پورتفوهای بزرگ است، یعنی اگر بتوانیم خرده فروشی را در شرکت با استفاده از شبکه گسترده نمایندگان و شعب فرهنگ سازی کنیم، آینده تضمین شده‌ای برای شرکت رقم خواهیم زد و وابستگی به پورتفوی یک بیمه گزار بزرگ نخواهیم داشت. در این راه هزینه‌های اولیه‌ای در حوزه آموزش شبکه فروش و آیتی متحمل خواهیم شد اما کار ماندگاری انجام می‌شود و حتماً بایستی زیرساخت‌های آن آماده شود. رفتار مناسب و درست با بیمه گزار و زیان دیده باید مدنظر همه قرار گیرد و از آن جایی که وظیفه ما پرداخت خسارت منصفانه و براساس اصول حرفه‌ای است، می‌بایستی تمام تلاش خود را برای جلب رضایت بیمه گزاران و زیان دیدگان انجام دهیم و حتی جایی که زیان دیده‌ای داریم که شاید ذی حق نباشد، ما باید با رفتار درست او را به خوبی قانع کنیم. نکته آخر، رفتار درست و اخلاق حرفه‌ای داشتن است و از آنجایی که در چهارچوب اخلاق همه چیز به درستی رعایت می‌شود ما باید ضمن حفظ چهارچوب‌هایی اخلاقی، بر رفتار حرفه‌ای نیز پایبند باشیم، همچنین در فضای شرکت نیز در میان همکاران این چهارچوب‌های اخلاقی می‌بایستی به درستی مدنظر همه باشد و از شایعه پراکنی‌های بیپوده و صحبت‌هایی که هیچ گونه منفعتی برای شرکت ندارد باید پرهیز کنیم. در پایان نیز تاکید بسیاری بر استفاده از بستر فن آوری و اطلاعات داریم که از مهم‌ترین مسائل است و باید همواره در این حوزه توانمند و به روز باشیم. وصول مطالبات و تکمیل جریان نقدی و در نهایت تولید حق بیمه اقتصادی، همانطور که در ابتدا عرض کردم بسیار مهم است. بنده آینده روشن و پرفروغی را برای بیمه پارسیان تصور می‌کنم و مطمئن هستم با تلاش گروهی در این راه موفق خواهیم بود.

ایشان در پایان ضمن آرزوی موفقیت برای همه همکاران و شرکت بیمه پارسیان، ابراز امیدواری کرد با همدلی و همراهی در تحقق اهداف شرکت به موفقیت‌های روزافزون در بیمه پارسیان دست یابیم.

بیمه حاصل نخواهد شد. چرا که فرصت طلایی شرکت‌های بیمه این است که از فرصت بین وصول حق بیمه تا زمان پرداخت خسارت، بتواند سرمایه گذاری‌های مناسبی انجام دهد و شرکت را سودآور کند. اگر قرار باشد ما سرمایه گذاری درستی انجام ندهیم و از منابع سرمایه گذاری نیز برای پرداخت خسارت استفاده کنیم، نه تنها اقتصادی نیست بلکه منجر به زیان هم خواهد شد. شعب و نمایندگی‌های ما نقش بسیار مهمی را در این زمینه بر عهده دارند. اگر شبکه فروش و شعب ما در مناطق خود به خوبی فعالیت کنند شرکت نیز به سودآوری و رشد بسیار مناسبی خواهد رسید و تجربه نشان داده هر شرکت بیمه ای که شعب آن فعالیت موثری و موفق‌تری داشته، یعنی اینکه عملیات شعبه در جذب، صدور و نیز پرداخت خسارت منصفانه و همچنین نظارت حرفه ای بر نمایندگان عملکرد خوبی داشته باشند، در نهایت سهم مناسبی در سود و زیان شرکت بیمه و موفقیت آن خواهد داشت. پس نکته کار ما، تمرکز بر روی خرده فروشی و اهمیت کار شعب است و برنامه جامعی تهیه و به طور کامل فعالیت شعب را در یک لیگ (رقابت) رصد و ارزیابی خواهیم کرد. در این لیگ شعب به سه رده مختلف سبز، زرد و قرمز تقسیم بندی می شوند. لیگ اول ما شعب سبز هستند، یعنی شعبی که برنامه‌ها را به خوبی اجرا و در دستیابی به اهداف موفق بوده و براساس آن از همه مزایا و پاداش‌های مربوطه برخوردار خواهند شد و در بالای این منطقه سبز شعب قهرمان ما قرار می‌گیرند که به آن‌ها توجه ویژه خواهد شد. در بخش دوم؛ شعب زرد قرار دارند که حدود ۷۰ درصد از برنامه‌ها را اجرا و اهداف را تأمین نمودند و فاکتورهای مربوطه را از جمله پرتفوی، ضریب خسارت و وصول حق بیمه و سایر موارد را تا ۷۰ درصد به سرانجام می‌رسانند.

در ارزیابی عملکرد شعب، وصول حق بیمه نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند و شعبی که در بخش زرد قرار می‌گیرند از مزایای شعب سبز برخوردار نخواهند بود و باید سعی کنند خود را به منطقه سبز برسانند. در پایین جدول نیز شعب قرمز قرار دارند که در این بخش، شعبی که براساس برآوردها و ارزیابی‌ها، زیان ده محسوب می‌شوند قرار می‌گیرند این‌ها شعبی هستند که در تحقق اهداف و برنامه‌ها و رسیدن به پرتفوی انتظاری، عملکرد مطلوبی نداشته و باید سعی کنند خود را به مناطق سبز و زرد برسانند. همانطور که گفته شد در خصوص پاداش‌ها و مزایا نیز ما بر این اساس برای آن‌ها عمل خواهیم کرد البته قبلاً نیز چنین تجربه ای آزمایش شده و تأثیرات بسزای آن در رشد شعب به خوبی نمایان شده است که سعی می‌کنیم در بیمه پارسیان نیز این رقابت را به خوبی و با استانداردهای مناسب اجرا کنیم و در همایش آتی که با حضور مدیران و روسای شعب برگزار شد، ضمن اعلام کارنامه‌های این رقابت و ارائه توصیه‌های لازم، از شعب قرمز و زرد خواسته می‌شود که برنامه‌های خود را برای ارتقای سطح شعبه و قرارگیری در منطقه بالاتر اعلام نمایند. همچنین مسئولیت پیگیری، برنامه ریزی و نظارت این برنامه‌ها، بر عهده مدیران مناطق خواهد بود. علاوه بر این برنامه استراتژیک سه ساله شرکت در حال تدوین است که فعالیت و چشم انداز آینده و اقدامات مورد نیاز را مشخص خواهیم کرد.

این برنامه براساس شرایط روز کشور و صنعت بیمه، قابلیت تغییر و تعدیل را دارد که در آن اهداف کلان و بلند مدت شرکت تعریف و کارها براساس آن انجام خواهد شد که واحدهای استراتژیک آن شعب و مدیریت‌های ستادی که هر کدام برنامه‌ها و اهداف مشخص و تعریف شده ای دارند و بنای تمام برنامه‌های ما قرار می‌گیرند. این برنامه دارای یونیت (واحدهای استراتژیک) است. یعنی کل اهداف شرکت به یونیت‌های استراتژیک یا واحدهای اقتصادی تقسیم بندی می‌شود، یونیت‌های اقتصادی ما مدیریت‌های ستادی می باشد یعنی هر یونیت (واحد اقتصادی) می بایستی اهداف و برنامه ریزی خود را داشته باشد که این‌ها همه جمع و در اهداف کلان شرکت قرار می‌گیرند و مبنای همه برنامه ریزی ما براساس این اهداف و



به همت بیمه پارسیان زنگ بیمه در مدارس مشهد و اردبیل طنین انداز شد

همکاران بیمه پارسیان برگزار و مفاهیم پایه بیمه، انواع بیمه‌ها و مزایای بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری را به دانش‌آموزان معرفی کرد.

بیمه پارسیان با برگزاری این مراسم‌ها، گامی مهم در جهت توسعه فرهنگ بیمه در میان نسل نوجوان برداشته و تلاش می‌کند تا دانش‌آموزان را به عنوان سفیران بیمه برای آموزش و راهنمایی خانواده‌های خود پرورش دهد.

شایان ذکر است که بیمه پارسیان در سال‌های اخیر اقدام به ساخت مدارس در مناطق محروم کشور نیز کرده است و علاوه بر تأمین اقلام آموزشی در مقاطع مختلفی از سال تحصیلی، به مناسبت روز بیمه نیز کتاب‌های آموزش بیمه را در بین دانش‌آموزان این مدارس توزیع کرد.

♦ بیمه پارسیان با هدف ترویج فرهنگ بیمه در میان دانش‌آموزان، مراسم زنگ بیمه را در مدارس مشهد و اردبیل برگزار کرد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، همزمان با آغاز آیین ملی "زنگ بیمه" در مدارس سراسر کشور، این شرکت با برنامه ریزی و اعزام کارشناسان به مدارس استان‌های خراسان رضوی و اردبیل، اقدام به برگزاری این مراسم کرد.

در این مراسم که مطابق رسم هر ساله به مناسبت گرامیداشت روز بیمه و با هماهنگی بیمه مرکزی و سندیکای بیمه‌گران توسط شرکت‌های بیمه در مراکز استان‌ها برگزار می‌گردد، امسال نیز شرکت بیمه پارسیان با هدف افزایش آگاهی دانش‌آموزان در خصوص اهمیت بیمه و نقش آن در زندگی روزمره، این مراسم را در مدارس شهرهای مشهد و اردبیل و با حضور جمعی از مسئولان شهرستان و



ارایه مقاله توسط مدیرعامل بیمه پارسیان در همایش روز بیمه

این همایش به بررسی سیاست‌های واگذاری شرکت‌های بیمه و آخرین وضعیت قوانین و فعالیت‌های داخلی و بین‌المللی در این حوزه می‌پردازد. همچنین غرفه بیمه پارسیان در روز همایش بیمه و توسعه با حضور دکتر بنویدی پذیرای بسیاری از مدیران و کارشناسان و دست‌اندرکاران صنعت بیمه بود و گفتگو و تبادل نظرهای بسیاری در این غرفه با حضور ایشان صورت گرفت.



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با توجه به پذیرش مقاله دکتر مجید بنویدی مدیرعامل بیمه پارسیان در بخش ارایه مقالات سی و یکمین همایش ملی بیمه و توسعه، ایشان مقاله خود را تحت عنوان "کارایی شرکت‌های بیمه از منظر سیاست اتکایی واگذاری" در سالن سعدی ارایه نمود. بر اساس این گزارش، این مقاله که حاصل تلاش مشترک دکتر بنویدی، محسن رستمی مال خلیفه و فاطمه امدادی است، به عنوان یکی از مقالات منتخب در



دیدار رییس سندیکای بیمه گران ایران با مدیرعامل بیمه پارسیان

در خصوص آخرین تحولات صنعت بیمه، چالش‌ها و فرصت‌های موجود و نیز برنامه‌های آتی برای توسعه و ارتقای صنعت بحث و تبادل نظر کردند. مجید بنویدی در این دیدار ضمن تشکر از حضور رییس سندیکای بیمه گران، به تشریح برنامه‌های بیمه پارسیان در بهبود کیفیت خدمات، توسعه محصولات و خدمات بیمه ای و ارتقای سطح رضایت مشتریان پرداخت و بر لزوم اهمیت نقش فناوری‌های جدید و ضرورت سرمایه گذاری تاکید کرد.



در دیدار صمیمانه ای که با حضور پورکیانی، رییس سندیکای بیمه گران ایران، مجید بنویدی مدیرعامل و عضو هیات مدیره بیمه پارسیان و رسول تاجدار مدیرعامل شرکت سرمایه گذاری صنعت بیمه برگزار شد، پورکیانی ضمن تبریک انتصاب شایسته ایشان به سمت مدیرعاملی بیمه پارسیان پیرامون موضوعات مختلف صنعت بیمه به گفتگو پرداختند. براساس این گزارش، در این دیدار که در فضای صمیمانه برگزار گردید، طرفین





تسهیلات ویژه بیمه موبایل در جشنواره زمستانه بیمه پارسیان



♦ بیمه پارسیان با هدف رضایتمندی بیمه گزاران و ارائه بهترین خدمات به مشتریان خود، جشنواره زمستانه فروش بیمه نامه‌های موبایل را آغاز کرد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در این جشنواره که تا پایان سال جاری ادامه خواهد داشت، تمامی خریداران بیمه نامه تلفن همراه می‌توانند از تخفیف ۳۰ درصدی بهره‌مند شوند. جشنواره زمستانه فروش بیمه نامه‌های موبایل به بیمه گزاران این امکان را می‌دهد تا با خیالی آسوده از گوشی همراه خود در برابر خطرات احتمالی همچون ضربه، سقوط، آبدیدگی، آتش‌سوزی، سرقت و موارد دیگر محافظت کنند.

علاقه مندان جهت کسب اطلاعات بیشتر و بهره‌مندی از تخفیف‌ها و شرایط ویژه این طرح می‌توانند با مراجعه به شعب و نمایندگی‌های بیمه پارسیان، نسبت به خرید بیمه نامه موبایل اقدام فرمایند.

با اعلام برترین‌های همایش بیمه و توسعه؛

همکاران بیمه پارسیان به عنوان برترین‌های صنعت بیمه معرفی شدند



♦ در همایش سالانه بیمه و توسعه که هر ساله همزمان با روز بیمه برگزار می‌شود، محسن منوچهری، از همکاران شاغل در مدیریت طرح و برنامه بیمه پارسیان، به عنوان پژوهشگر برتر صنعت بیمه در سال ۱۴۰۳ انتخاب شد. همچنین، رساله دکتری ایمان عزیزی، رییس شعبه شهرکرد، به عنوان برترین رساله دانشجویی در این حوزه معرفی شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، در این همایش که با هدف ترویج فرهنگ پژوهش و نوآوری در صنعت بیمه برگزار می‌شود، از تلاش‌های ارزشمند محسن منوچهری و ایمان عزیزی تقدیر شد. این همکاران با ارائه ایده‌های نوین و انجام تحقیقات کاربردی، نقش مؤثری در ارتقای سطح دانش و توسعه صنعت بیمه ایفا نموده‌اند.

بیمه پارسیان با حمایت از فعالیت‌های پژوهشی و تقدیر از پژوهشگران برتر، نشان داده است که توسعه پایدار و مبتنی بر دانش را در اولویت برنامه‌های خود قرار داده است.



نمایندگان برتر طرح فروش بیمه‌های مسئولیت معرفی شدند

شده در طرح، ۷۱ نفر از نمایندگان که در بازه زمانی آذرماه موفق به افزایش قابل توجه حق بیمه صادره و تعداد بیمه نامه‌های جدید نسبت به مدت مشابه سال قبل شده بودند، معرفی و با اهدای جوایز نقدی ویژه‌ای از ایشان قدردانی شد.

لیست برندگان این طرح به شرح زیر می باشد:

♦ با هدف قدردانی از تلاش‌های نمایندگان و انگیزه‌بخشی به آنان، جشنواره فروش بیمه‌های مسئولیت برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ طبق برنامه ریزی انجام شده توسط مدیریت بیمه‌های مسئولیت مبنی بر اجرای طرح تشویقی فروش بیمه‌های مسئولیت به مناسبت روز بیمه در آذرماه سال جاری، بر اساس شرایط اعلام

نام نمایندگی	شعبه
سیما یزدان پرست	شعبه اصفهان
سارا رضوی	شعبه شیراز
وحیدرضا کاظم پور	شعبه شیراز
سیدمصطفی موسوی	شعبه تبریز
غلامرضا صفری لایمی	شعبه ساری
وحیده ثقفی کناری	شعبه ساری
سپه‌ایلا اخوان زنجانی	شعبه تنکابن
فهیمة زارعی	شعبه زنجان
محمد وحدانی	شعبه قزوین
پروانه سروری	شعبه اهواز
نسرین شاه محمدی	شعبه کرمان
نجمه عسکریان پورداوران	شعبه رفسنجان
زهره اسکرپور	شعبه کرمان
آناهیتا صنیعی	شعبه ارومیه
سعید البتکین	شعبه کرمانشاه
علیرضا زارعی	شعبه همدان
ملکه بیرانوند	شعبه خرم آباد
مریم علی محمدی	شعبه ایلام
اختر فروزان کمالی	شعبه بوشهر
مریم موسوی	شعبه گرگان
عمران زیارت بان	شعبه گرگان
کارگزاری رسمی بیمه مستقیم چکاد آسایش آینده ساز	ستاد مرکزی
کارگزاری رسمی بیمه مستقیم زی ما	شعبه غرب تهران

نام نمایندگی	شعبه
زهره بورقی	شعبه یزد
مهدی مقربی	شعبه مشهد
جواد نهضتی ماسوله	شعبه کرج
گیتی محمدزاده	شعبه چالوس
حانیه غلامرئانی	شعبه شمال شرق تهران
بهاره آبکار	شعبه شمال شرق تهران
اسماعیل ابوعلی	شعبه عسلویه
نوشین مصطفوی زنگلانی	شعبه کرج
پروانه زارع	شعبه شیراز
مهرنوش شکوهی	شعبه لاهیجان
زهره افشارنسب	شعبه بیرجند
پریسا احمدی حصار	شعبه اردبیل
مریم ابراهیمی	شعبه اصفهان
سیدمسعود میرحسینی	شعبه شرق تهران
مهدی محمدی	شعبه بیهقی
ایمان ترابی زاده	شعبه کرج
نصیبه شریفی آبیاریانی	شعبه غرب تهران
علیرضا محمدی	شعبه غرب تهران
مهراد جاویدنیا	شعبه شرق تهران
رفیعه ساقی سرابی	شعبه بیهقی
مرضیه جامه بزرگ	شعبه کرج
حسین مهرآبادی	شعبه نیشابور
حجت ناظمی	شعبه مشهد
مژگان مهابادی مهاباد	شعبه اصفهان

نام نمایندگی	شعبه
نمایندگی بیمه چتر ولایت پارسیان	شعبه غرب تهران
سیامک محمودی	شعبه غرب تهران
مسعود مشائی	شعبه شرق تهران
مهدی برهانزهی	شعبه دزفول
شیدا احمدی خونی	شعبه اصفهان
عظیمه کاظمی	شعبه سرچان
راضیه بقیانی	شعبه مشهد
مریم افتخاری	شعبه تنکابن
سکینه بابازاده	شعبه بابل
علیرضا کشیری	شعبه گرگان
مژده دلشادی	شعبه اصفهان
نسرین رشیدی	شعبه اصفهان
زینب الماسی	شعبه بیهقی
علیرضا ظهیری سروری	شعبه بیهقی
حمیدرضا اصغری	شعبه بندرانزلی
سمیه فرهادی	شعبه زنجان
بشیر نعمتی	شعبه ارومیه
مصطفی مظلوم زاده	شعبه یزد
سمیرا نیسی	شعبه اهواز
لیلا جوان محبوب دوست	شعبه بندرانزلی
سجاد ابراهیمی	شعبه مشهد
زهره عارف	شعبه نیشابور
المیرا نقیبی	شعبه کرمان
حامد امیرصادقی	شعبه تنکابن



برندگان مسابقه بانوی مهربانی معرفی شدند



آراد توکلی



رستگار آذرهوش



فاطمه رضایی



یگانه رستمی



نیکا فقیه



امیر محمد محبی

♦ به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با توجه به برگزاری مسابقه‌ای تحت عنوان بانوی مهربانی که به مناسبت ایام فاطمیه در دو بخش فرزندان همکاران و همچنین بانوان همکار و همسران همکاران آقا برگزار شد، نفرات برتر این مسابقه جوایز خود را دریافت کردند.

مدیریت روابط عمومی در ایام مناسبت‌های مذهبی، مسابقات مختلفی به منظور آشنایی همکاران و خانواده‌های ایشان با مفاهیم دینی برگزار و هر بار به قید قرعه جوایزی به نفرات برتر اهدا می‌نماید.

برندگان همکاران خانم

۱- مریم کمالیان، شعبه یزد

۲- فاطمه جنایی، همسر محمدرضا برزگر، شعبه لاهیجان

۳- فاطمه مقتدری، شعبه یزد

برندگان فرزندان همکاران

۱- آراد توکلی فرزند همکار مرضیه عزیزی، شعبه یاسوج

۲- رستگار آذرهوش فرزند همکار علی آذرهوش، ستاد مرکزی

۳- فاطمه رضایی فرزند همکار سیاوش رضایی، شعبه دزفول

۴- یگانه رستمی فرزند همکار حسن رستمی، شعبه شیراز

۵- نیکا فقیه فرزند همکار ابراهیم فقیه، منطقه جنوب کشور

۶- امیرمحمد محبی فرزند همکار مجید محبی، شعبه کرج

اجرای عمل خدایسندانه اهدای خون توسط کارکنان بیمه پارسیان



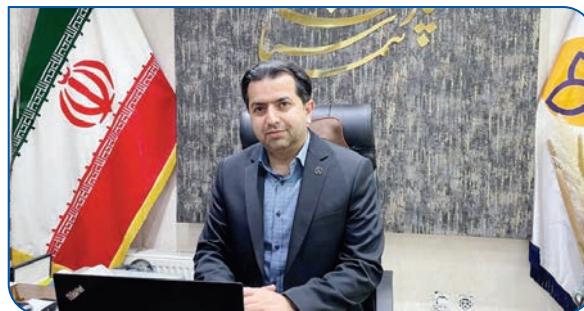
♦ با استقرار تیم سیار سازمان انتقال خون در ساختمان مرکزی بیمه پارسیان، جمعی از کارکنان این شرکت در عمل خدایسندانه اهدای خون مشارکت کردند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با توجه به اطلاعیه‌های سازمان انتقال خون مبنی بر کاهش ذخیره خون در این سازمان و نیز در راستای ایفای رسالت اجتماعی بیمه پارسیان به عنوان مجموعه‌ای مسئولیت‌پذیر در قبال جامعه این اقدام از سوی شرکت بیمه پارسیان برنامه ریزی و با مشارکت جمع‌کثیری از کارکنان این شرکت اجرا شد. کارکنان در استقبالی گسترده با اهدای خون خود، زندگی را به نیازمندان این مایع حیاتی اهداء کردند. خاطر نشان می‌کند در سال‌های اخیر همواره این اقدام خدایسندانه از سوی این شرکت و با مشارکت گسترده کارکنان اجرا گردیده و امسال نیز طبق همین روال کارکنان بیمه پارسیان اقدام به اهدای خون نمودند.



مسعود مهاجری؛ رییس شعبه اصفهان موفقیت‌های شعبه اصفهان با تکیه بر توانمندی شبکه فروش و همکاران متعهد محقق گردید

اقدام به پالایش شبکه فروش خود نمود که بر همین اساس پس از بررسی دقیق و چند مرحله مصاحبه، نمایندگان جدیدی با توانمندی‌های بالا جذب شدند. در این شغل، نمایندگانی که دانش و اطلاعات خود را به روز نگه داشته و از فضای آموزشی خوبی برخوردار باشند، موفق خواهند بود. یکی از مهمترین شرایطی که بعد از اخذ کد نمایندگی به وجود می‌آید، ایجاد موجی از پرسش‌هاست. شبکه فروش نیاز به مدیریت و رهبری دارد. باید میزان نگرانی شبکه فروش از ضعف اطلاعاتی به‌خوبی پاسخ داده شود تا علاوه بر افزایش دانش سطح تعامل بین کارشناسان شعب و شبکه فروش ایجاد، حفظ و گسترش یابد. در این شعبه با تشکیل کارگروه بازاریابی و فروش همواره نمایندگان در مذاکرات، خصوصا دیدار با بیمه‌گذاران بزرگ حمایت و همراهی شده‌اند.



لطفا خودتان را معرفی و از سوابق خود برای خوانندگان نشریه جتربا اختصار توضیح فرمایید.

ضمن عرض ادب، بنده مسعود مهاجری، دارای مدرک کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، از سال ۱۳۸۸ افتخار همکاری با شرکت بیمه پارسیان را داشته و از سال ۱۳۹۹ به عنوان رییس شعبه، مسئولیت این سمت را بر عهده گرفته‌ام. در طول این سال‌ها همواره تلاش نموده‌ام تا با توسعه مهارت‌های فردی و با بهره‌گیری از رهنمودهای ارزشمند مدیران ارشد، در جهت تحقق اهداف شرکت گام بردارم.

با توجه به موقعیت شعبه چه فرصت‌های بیمه‌ای در این استان و شهرستان‌های تابعه وجود دارد؟

استان اصفهان با وسعتی بالغ بر ۱۰۷۰۲۹ کیلومتر مربع و جمعیتی بیش از ۵/۱۲ میلیون نفر، به عنوان یکی از پهناورترین استان‌های کشور و قطب صنعتی ایران شناخته می‌شود. این استان با دارا بودن بیش از ۸۰ شهرک صنعتی و رتبه اول تولید در صنایع متعدد همچون فولاد، طلا، سیمان و حمل و نقل، پتانسیل‌های بسیار بالایی را برای صنعت بیمه فراهم آورده است. با وجود این ظرفیت‌های عظیم، برای دستیابی به سهم بازارها در این استان، توسعه و بهبود شبکه فروش و زیرساخت‌های خدمات پس از فروش امری ضروری است. بسیاری از مشتریان در شهرستان‌های استان، به کیفیت خدمات پس از فروش و دسترسی آسان به نمایندگی‌ها اهمیت ویژه‌ای می‌دهند. شایان ذکر است که شعبه اصفهان همواره در حوزه فروش بیمه‌های زندگی عملکرد درخشانی داشته و با تکیه بر نمایندگان توانمند خود، پتانسیل قابل توجهی در جذب بیمه‌های زندگی دارد.

در راستای ارتقای محبوبیت بیمه پارسیان چه فعالیت‌هایی را در دستور کار قرار داده اید و تصویر بیمه پارسیان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در صنعت بیمه، یکی از مهمترین پارامترهای جلب رضایت مشتری، کیفیت ارائه خدمات پس از فروش می‌باشد. این شعبه با درک عمیق از این مهم، همواره تلاش کرده است تا با داشتن ارتباطات وسیع و تکیه بر مباحث فنی و تجربه‌ی کارشناسان خود در سیستم بیمه‌گری، و با برگزاری جلسات دوره‌ای با مشتریان بزرگ، نیازها، دغدغه‌ها و چالش‌های مشتری را شناسایی و با پاسخگویی به سوالات، مشکلات آن‌ها را رفع نماید. همچنین شعبه اصفهان با تکیه به برخورد شایسته با مراجعین، همیشه سعی داشته یک تجربه بیمه‌ای متفاوت و لذت‌بخش را برای مشتریان خود رقم بزند.

استراتژی شما برای ایجاد انگیزه و توانمند سازی نمایندگان چیست؟ در دو سال گذشته، شعبه اصفهان با هدف ارتقاء کیفیت خدمات و افزایش بهره‌وری،

چه اقدامی برای آموزش و ارتقای دانش نمایندگان انجام شده و سطح دانش آن‌ها را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

با توجه به نقش و اهمیت شبکه فروش در صنعت بیمه، چه به لحاظ سهم بازار و تولید حق بیمه در صنعت و چه به لحاظ خط مقدم بودن این شبکه و گستردگی و پراکندگی شبکه فروش، برای فروش بیمه به صورت چهره به چهره، اهمیت توجه به انتخاب، پرورش و توانمندسازی آن‌ها از جایگاه مهمی برخوردار بوده و هست. انتظاری که مردم از شرکت‌های بیمه دارند این است که، بیمه‌گران بتوانند به بهترین نحو ممکن، محصولات و پوشش‌های بیمه‌ای را معرفی نمایند. یک بیمه‌گر باید دارای دانش اولیه در زمینه ارزیابی ریسک، نحوه دریافت خدمات پس از فروش و برخورد شایسته با مشتریان باشد. در همین راستا در شعبه اصفهان دوره‌های آموزشی تحت عنوان یکشنبه‌های آموزشی، هر هفته با موضوعات فنی مختلف برگزار می‌گردد. همچنین فرم نیازسنجی آموزشی آنلاین تهیه و در شبکه‌های اجتماعی در اختیار شبکه فروش قرار گرفته که امکان اعلام نیاز آموزشی در فرم مذکور برای شبکه فروش فراهم شده است. پس از به حد نصاب رسیدن متقاضیان، دوره مربوطه با تدریس همکاران شعبه، همکاران ستادی یا مدرسین خارج از شرکت برگزار می‌گردد. یکی دیگر از اقدامات موثر انجام شده، برگزاری دوره‌های آنلاین مرور آخرین بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌ها بوده است.

شبکه فروش شعبه اصفهان از نظر دانش فنی در سطح مطلوبی قرار دارد؛ با این حال، برای افزایش اثربخشی در حوزه بازاریابی و فروش، تقویت مهارت‌هایی مانند فنون مذاکره و ایجاد انگیزه در نمایندگان، امری ضروری به نظر می‌رسد.

از اهداف شعبه اصفهان در سال ۱۴۰۳ و برنامه ریزی صورت گرفته به اختصار توضیح فرمایید. آیا به اهداف انتظاری دست یافته اید؟

همانطور که بالا اشاره شد، اصفهان یکی از استان‌های صنعتی و دارای پتانسیل بیمه‌ای خوبی است. قطعاً موفقیت در هر شعبه حاصل کار تیمی و تلاش همدلانه‌ای است که همکاران در راستای تحقق اهداف انجام می‌دهند؛ از این رو در شعبه اصفهان به یاری خداوند متعال و به واسطه وجود شبکه فروش توانمند، وجود همکاران متعهد و بهره‌گیری از رهنمودهای مدیر منطقه و سایر مدیران شرکت متبوع و با برنامه‌ریزی مدون اهداف مدنظر هر ماهه محقق گردیده است.

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

در پایان ضمن تشکر و قدردانی صمیمانه از تمامی همکاران شعبه و حمایت‌های ارزشمند مدیران ارشد، امید است به یاری خداوند متعال با تداوم همدلی و تلاش جمعی، بتوانیم در سال‌های آینده نیز شاهد تداوم موفقیت‌ها و درخشش همیشگی نام پرافتخار شرکت بیمه پارسیان در صنعت بیمه کشور و جهان باشیم.



ریسک سایبری

تهیه شده در مدیریت ریسک

۱. ارزیابی تمامی تکنولوژی‌هایی که در سازمان استفاده می‌شود:

قبل از اینکه موارد آسیب پذیر حذف شوند، باید دامنه تکنولوژی اعمال شده در سازمان بدست آورده شود. برنامه‌های نرم افزاری مختلف، سیستم‌ها، سخت افزارها و بخش‌های مختلف آن‌ها، شبکه‌ها و زیرساخت‌ها آسیب‌پذیری‌های مختلفی دارند و تمام آن‌ها باید شناسایی شوند.

۲. ارزیابی آسیب‌پذیری‌های به وجود آمده در سیستم توسط کارکنان و پروتکل‌ها:

مهمترین بخش یک چهارچوب مدیریت ریسک سایبری تضمین این موضوع است که پروتکل‌ها، پردازش‌ها و روش‌های کاری که کارکنان استفاده می‌کنند باعث آسیب پذیر شدن سیستم نمی‌شود. آگاهی از میزان مهارت کارکنان در استفاده از تکنولوژی و میزان آموزش و مطالعه در مورد امنیت سایبری، اثر بخش می‌باشد، حملات سایبری عمدتاً در اثر ناآگاهی کارکنان در زمان استفاده از نرم‌افزارها و اتصال به شبکه اینترنت رخ می‌دهد.

۳. تمرکز بر روی آموزش امنیت سایبری:

آموزش امنیت سایبری یکی از جنبه‌های حیاتی در هر سازمانی است و باید به طور جدی مورد توجه قرار گیرد. هر کارمندی که به شبکه دسترسی دارد، می‌تواند به طور ناخواسته ویروس‌ها یا برنامه‌های نامناسبی را به شبکه وارد کند. بنابراین، برای مدیریت خطرات امنیت سایبری، ضروری است که همه کارمندان، نه فقط افرادی که در بخش فناوری اطلاعات فعالیت می‌کنند، آموزش‌های لازم را دریافت کنند. این آموزش‌ها باید شامل آگاهی از تهدیدات رایج، اشتباهات معمولی که می‌تواند سازمان را در معرض خطر قرار دهند و روش‌های جلوگیری از این تهدیدات باشد. به ویژه در شرکت‌های بیمه، کارمندان بخش فروش به دلیل دسترسی به اطلاعات حساس مشتریان، باید آموزش‌های ویژه‌ای را دریافت کنند تا بتوانند از داده‌های مشتریان به بهترین نحو محافظت کنند. این رویکرد نه تنها به افزایش امنیت سازمان کمک می‌کند، بلکه فرهنگ امنیت سایبری را در بین همه کارمندان نهادینه می‌سازد و آن‌ها را به عنوان یک خط دفاعی در برابر تهدیدات سایبری تبدیل می‌کند.

۴. انجام تحلیل جامع در مورد حمله‌های سایبری:

بهترین راه برای پیدا کردن مشهودترین آسیب پذیری در چهارچوب مدیریت خطر مجازی، بررسی سوابق حملات مجازی، ویروس‌ها و هک‌هایی است که کسب و کار در گذشته متحمل شده است. لازم است تمامی اطلاعات در مورد حملات مجازی تحلیل شوند تا مسیرهای قابل دسترس برای هکرها مشخص شود. هر اشتباه سازمان‌ها در امنیت سایبری مرتکب شده باشند، اطلاعات بی اندازه با ارزشی را در مورد آسیب پذیری سیستم در اختیار سازمان قرار می‌دهد.

۵. فعالیت مستمر و مداوم مدیریت ریسک مجازی:

تلاش برای حفظ امنیت شبکه سازمان باید به طور مستمر بوده و برای فعالیت‌هایی که چهارچوب مدیریت ریسک سایبری سازمان را بهبود می‌دهند دایما برنامه‌ریزی شود. این شامل به‌روزرسانی نرم افزارها و ارتقای سخت‌افزارهای موجود می‌شود.

ریسک سایبری به احتمال وقوع حوادثی اشاره دارد که می‌تواند به اطلاعات، سیستم‌ها و زیرساخت‌های دیجیتال سازمان آسیب برساند. این ریسک‌ها می‌توانند شامل نفوذ به سیستم‌ها، سرقت داده‌های مشتریان، حملات باج‌افزاری و دیگر تهدیدات سایبری باشند. با توجه به اینکه صنعت بیمه به شدت به داده‌ها وابسته است، هرگونه نقص امنیتی می‌تواند عواقب جدی به همراه داشته باشد.

شرکت‌های بیمه به طور مداوم با حجم زیادی از داده‌های حساس مشتریان، از جمله اطلاعات مالی و پزشکی، سرو کار دارند که این داده‌ها هدف‌های جذابی برای هکرها می‌باشد. استفاده از سیستم‌های پیچیده و متنوعی که ممکن است نقاط ضعف امنیتی داشته باشند، نیز می‌تواند شناسایی و مدیریت تهدیدات سایبری را دشوار کند.

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها در برابر ریسک‌های سایبری، عدم آگاهی و آموزش کافی کارکنان است. بسیاری از حملات سایبری از طریق فیشینگ و اشتباهات انسانی صورت می‌گیرد، به این معنا که هکرها با استفاده از تکنیک‌های روانشناسی و فریب، سعی در جلب اعتماد کاربران دارند تا آن‌ها را به ارائه اطلاعات حساس خود ترغیب کنند.

این نوع حملات معمولاً با ارسال ایمیل‌های جعلی یا لینک‌های مخرب آغاز می‌شود که به نظر می‌رسد از منابع معتبر ارسال گردیده است. اگر کارکنان به اندازه کافی آموزش ندیده باشند، ممکن است به راحتی فریب بخورند و اطلاعات شخصی یا دسترسی‌های حساس خود را در اختیار مهاجمان قرار دهند. این اشتباهات انسانی می‌تواند منجر به نفوذ به سیستم‌ها و سرقت اطلاعات حساس گردد که عواقب جدی برای سازمان‌ها به همراه دارد. علاوه بر فیشینگ، عدم آگاهی کارکنان می‌تواند اشتباهات دیگری مانند استفاده از رمزهای عبور ضعیف و نادیده گرفتن هشدارهای امنیتی را به همراه آورد.

از دست رفتن داده‌ها یکی از پیامدهای جدی حملات سایبری است که می‌تواند منجر به سرقت یا از بین رفتن اطلاعات مشتریان شود. این وضعیت نه تنها خسارات مالی قابل توجهی را به همراه دارد، بلکه می‌تواند به اعتبار شرکت لطمه وارد آورد به خطر افتادن اطلاعات مشتریان موجب کاهش اعتماد آن‌ها به شرکت و در نهایت تأثیر نامطلوب در فروش و درآمد خواهد گردید.

علاوه بر این، هزینه‌های مالی ناشی از حملات سایبری می‌تواند بسیار بالا باشد. سازمان‌ها باید هزینه‌های مربوط به بازپایی داده‌ها را پرداخت کنند و در برخی موارد ممکن است با جریمه‌های قانونی نیز مواجه شوند. این هزینه‌ها به همراه کاهش درآمد به دلیل اختلال در خدمات، فشار مالی زیادی بر شرکت‌ها وارد می‌کند. همچنین، هزینه‌های مربوط به مشاوره‌های امنیتی و به‌روزرسانی سیستم‌ها نیز می‌تواند بار مالی شرکت‌ها را دوچندان نموده و در نهایت به چالش‌های بیشتری برای مدیریت مالی آن‌ها منجر شود.

در نظر گرفتن موارد زیر برای ایجاد یک برنامه مدیریت ریسک امنیت سایبری اثربخش می‌باشد:

نگاهی به عملکرد واحد انتظامات بیمه پارسیان ایجاد محیطی امن و آرام با تلاش‌های واحد انتظامات

تمامی ورود و خروج‌ها را ثبت و کنترل می‌کند و در ایجاد نظم و آرامش در محیط کار نیز نقش مهمی ایفا می‌کند. واحد انتظامات با ارائه آموزش‌های لازم به کارکنان، آن‌ها را با قوانین و مقررات امنیتی سازمان آشنا کرده و در جهت افزایش سطح آگاهی آن‌ها تلاش می‌کند.

با توجه به اهمیت بالایی امنیت در سازمان‌ها، نقش واحد انتظامات در حفظ اموال، تجهیزات و جان کارکنان بسیار حیاتی است. کارکنان سازمان بیمه پارسیان می‌توانند با همکاری با واحد انتظامات و رعایت قوانین و مقررات امنیتی، در ایجاد

محیطی امن و آرام برای خود و همکارانشان مشارکت کنند. کارکنان پرتلاش واحد انتظامات، سال‌هاست با تعهد و مسئولیت‌پذیری، حافظ امنیت سازمان بوده و رضایت همکاران گواهی بر کیفیت بالایی خدمات آن‌هاست.

واحد انتظامات بیمه پارسیان با هدف حفظ امنیت و آرامش محیط کار و حفاظت از اموال و تجهیزات سازمان، فعالیت‌های گسترده‌ای را انجام می‌دهد. این واحد با بهره‌گیری از نیروهای متخصص و تجهیزات پیشرفته، مسئولیت حفاظت فیزیکی از ساختمان‌ها، کنترل تردد افراد و وسایل نقلیه، نظارت بر

سیستم‌های امنیتی و همچنین ارائه خدمات حفاظتی به کارکنان را بر عهده دارد.

به گفته علی‌نژاد رییس اداره انتظامات بیمه پارسیان:

یکی از مهم‌ترین وظایف واحد انتظامات، اجرای صحیح فرآیند

حفاظت و حراست فیزیکی در سازمان است. این واحد با انجام گشت‌های دوره‌ای، کنترل مداوم ورودی و خروجی‌ها و استفاده از سیستم‌های نظارتی، از نفوذ افراد متفرقه و وقوع حوادث امنیتی جلوگیری می‌کند. همچنین، واحد انتظامات مسئولیت کنترل ورود و خروج کالاها و وسایل نقلیه را بر عهده دارد و با دقت تمام،

**با توجه به اهمیت بالایی امنیت در سازمان‌ها،
نقش واحد انتظامات در حفظ اموال، تجهیزات
و جان کارکنان بسیار حیاتی است.**





بیمه پارسیان در آینده جراید؛

گزیده ای از اخبار منتشر شده آذر و دی ۱۴۰۳ در پایگاه‌های خبری

عنوان خبر	خبرگزاری‌ها
مدیرعامل شرکت بیمه پارسیان مشخص شد	ریسک نیوز
صعود مداوم درآمدهای بیمه پارسیان	بوس نیوز
رشد‌های چشمگیر درآمد و سرمایه‌گذاری بیمه پارسیان	پایگاه خبری خرد و کلان
بیمه پارسیان رشد ۴۰ درصدی صدور و ۲۳ درصدی تراز در پایان آبان ماه	نصدوز
ثبت تراز مثبت ۲۴ درصد با رشد ۶۶ درصدی	پایگاه خبری تحلیلی
تقویت جایگاه پارسیان در صنعت بیمه ایران	بوس نیوز
نقش روابط عمومی و تبلیغات در توسعه فرهنگ بیمه در راستای جلب اعتماد مردم	پایگاه بیمه گران
بیمه پارسیان و چیدمانی متنوع از دستاورد	تیتر
بیمه مستمری و مکمل بازنشستگی بیمه پارسیان	نتیمانیوز
بیمه باربری صادراتی پارسیان؛ محافظی مطمئن برای ارسال کالاهای صادراتی	اقتصاد سرآمد آنلاین
بیمه پارسیان، حافظ محیط زیست	پایگاه خبری خرد و کلان
طرح مستمری و مکمل بازنشستگی؛ خدمتی منحصر بفرد از بیمه پارسیان	پایگاه اقتصاد تهران
خدمات هوشمند بیمه پارسیان توسعه می‌یابد	پایگاه خبری خرد و کلان

در ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۳؛

تقدیر از نمایندگان برتر در بازدیدهای دفاتر

بایگانی بیمه نامه‌های صادره، مترائ دفتر و فضای خدمات دهی، پروانه معتبر و نصب شده، پاکیزگی و آراستگی محیط دفتر، مستقل بودن محل کار و نصب پوستریهای تبلیغاتی صورت پذیرفت. در پایان به ۲۴ نفر از نمایندگان که در سطح کشور (از هر منطقه ۳ نماینده) بیشترین امتیاز را کسب کرده بودند، با اهدای جوایزی تقدیر به عمل آمد. اسامی نمایندگان برتر به شرح ذیل می باشد.

منطقه	شعبه	نام و نام خانوادگی نماینده
شمال شرق	گنبد کاووس	فرامرز جهاناداری
	بابل	مبینا پاکمنش
	گرگان	رحمان یلمه
شمال	لاهیجان	مونا فلاح
	رشت	زهره کاظم نژاد
	رشت	امیر سیروصفت
شرق	سبزوار	مجید نیک فر
	مشهد	گیتی توکلی
	مشهد	نیما زمانیان
جنوب	اهواز	سمانه رحمانیان
	شیراز	پروانه عباسی
	یاسوج	احمد درایش

در راستای ارتقای کیفیت خدمات و نظارت بر رعایت استانداردهای لازم، بازدیدهای دوره‌ای از دفاتر نمایندگی‌های سراسر کشور انجام شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ با توجه به لزوم بازدیدهای دوره‌ای از دفاتر نمایندگان شرکت بیمه پارسیان، بازدیدهای ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۳، به همت کارشناسان شعب، مطابق برنامه ریزی انجام شده توسط مدیریت امور شعب، نمایندگان و کارگزاران انجام شد. این بازدیدها با هدف ارزیابی شاخص‌هایی همچون باز بودن دفاتر، وضعیت مناسب روکش تابلو، نحوه

منطقه	شعبه	نام و نام خانوادگی نماینده
یک	بیهقی	علیرضا ظهیری
	شمال شرق	معصومه محمدی پور
	جاده مخصوص	سرور بخشی
مرکزی	اصفهان	هما سادات رحیمی راد
	اصفهان	نسرين رشیدی
	رفسنجان	یوسف غله فروش
غرب	همدان	فرهنگ دهقانی
	کرمانشاه	مریم خسروی
	ایلام	محبوبه سوخته زاری
شمال غرب	اردبیل	پریسا احمدی حصار
	تبریز	معصومه شغلی حسن کهل
	ارومیه	نسرين قاسمی



▲ احمد درایش؛ شعبه یاسوج



▲ پروانه عباسی؛ شعبه شیراز



▲ سمانه رحمانیان؛ شعبه اهواز



▲ نیما زمانیان؛ شعبه مشهد



▲ گیتی توکلی؛ شعبه مشهد



▲ محبوبه سوخته زاری؛ شعبه ایلام



▲ زهرا کاظم نژاد؛ شعبه رشت



▲ مونا فلاح؛ شعبه لاهیجان



▲ مبینا پاکمنش؛ شعبه بابل



▲ پریسا احمدی حصار؛ شعبه اردبیل



▲ معصومه شغلی حسن کهل؛ شعبه تبریز



▲ مریم خسروی؛ شعبه کرمانشاه



▲ نسرين رشیدی؛ شعبه اصفهان



▲ هماسادات رحیمی راد؛ شعبه اصفهان



▲ فرهمند دهقانی؛ شعبه همدان



▲ سرور بخشی؛ شعبه جاده مخصوص (تهران)



▲ علیرضا ظهیری؛ شعبه بیهقی (تهران)



▲ معصومه محمدی پور؛ شعبه شمال شرق (تهران)

از نمایندگان برتر سال ۱۴۰۲ شعبه مشهد تجلیل شد

فروش بیمه، اهمیت انضباط مالی در دریافت و پرداخت حق بیمه و حضور فعال در دوره‌های آموزشی ارائه شد. همچنین در این جلسه بر اهمیت اجرای طرح‌های جدید بیمه ای از جمله طرح‌های اصناف، موبایل، میعاد و سنوات تاکید شد. در پایان این مراسم، از نمایندگان برتر شعبه مشهد با اهدای لوح یادبود تقدیر به عمل آمد.

جلسه هم اندیشی و تجلیل از نمایندگان برتر شعبه مشهد در سال ۱۴۰۲ با حضور لعل نظام مدیر منطقه شرق کشور و جمعی از نمایندگان در محل این شعبه برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در این جلسه ضمن بررسی عملکرد نمایندگان در سال گذشته، نکات مهمی در خصوص بازاریابی و نحوه



بیمه پارسیان از وفاداری ۱۵ ساله بیمه گزار خود تجلیل کرد



در مراسمی که به پاس ۱۵ سال اعتماد و همراهی مستمر علی محمد باقری با بیمه پارسیان برگزار شد، از این بیمه گزار وفادار تجلیل به عمل آمد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، در مراسمی که با حضور مدیران و کارشناسان شعبه یزد برگزار شد، رییس شعبه، از بیمه گزار وفادار بیمه پارسیان که به مدت ۱۵ سال به این شرکت اعتماد کرده است، با اهدای لوح تقدیر و هدایایی تقدیر کرد.

همچنین ایشان ضمن تاکید بر اهمیت رعایت حقوق تمامی بیمه گزاران و جلب رضایت مشتریان، ابراز امیدواری کرد که بیمه پارسیان با برنامه‌ریزی‌های دقیق و اجرایی‌سازی آن‌ها، بتواند در سال جاری نیز جایگاه خود را در صنعت بیمه کشور بیش از پیش ارتقا بخشد.

بیمه پارسیان همواره تلاش می‌کند تا با ارائه خدمات مناسب و شایسته، نیازهای بیمه گزاران خود را به بهترین نحو پاسخگو باشد و رضایت آن‌ها را جلب نماید.





جلسه راهبردی شعبه جاده مخصوص با نمایندگان برگزار شد



شعبه جاده مخصوص در راستای تحقق اهداف تعیین شده در همایش سالانه سازمان و با هدف ارتقای سطح عملکرد شبکه فروش خود، جلسه راهبردی ویژه ای را برگزار نمود. در این جلسه که با حضور مدیر منطقه یک کشور برگزار شد، آخرین استراتژی‌ها و دستورالعمل‌های سازمان به نمایندگان ابلاغ گردید.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در این نشست، بر اهمیت نقش شبکه فروش در دستیابی به اهداف فروش بیمه‌های خرد و استفاده از تسهیلات جدید سازمان همچون صندوق اعتباری نمایندگان و جشنواره‌های فروش متنوع تأکید شد. همچنین، محصولات جدید بیمه‌های زندگی و مهندسی به عنوان فرصت‌های جدید برای نمایندگان معرفی گردید. در بخش دیگری از این جلسه، از نماینده برتری که موفق به کسب مقام اول لیگ نقره‌ای کشوری در جشنواره بزرگ افزون بیمه‌های زندگی شده بود، تقدیر و تشکر به عمل آمد. این موفقیت نشان از تلاش و تعهد نمایندگان شعبه جاده مخصوص در جهت تحقق اهداف سازمان دارد.

در ادامه، کارگاه آموزشی تخصصی بیمه‌های زندگی با هدف توسعه و توانمندسازی شبکه فروش با حضور آرام، راهبر ارشد بیمه‌های زندگی برگزار شد. در این کارگاه، نمایندگان با آخرین موضوعات بازاریابی و راهکارهای افزایش فروش در حوزه محصولات بیمه‌های زندگی آشنا شدند.

اهداف بلندمدت شعبه سبزوار برای ارتقای کیفیت خدمات

اهمیت انتخاب ریسک مناسب و کاهش ضریب خسارت‌ها، اهداف بلندمدت شعبه سبزوار برای سال آینده تشریح شد. در پایان، از تمامی حاضرین دعوت شد تا با افزایش دانش بیمه‌ای خود، به ارتقای سطح کیفی خدمات بیمه پارسیان کمک کنند.

به مناسبت روز بیمه، مراسمی با حضور نمایندگان و همکاران شعبه سبزوار برگزار و ضمن تقدیر از تلاش‌های یک ساله همکاران، گزارشی از عملکرد یک ساله شعبه ارائه شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ در این جلسه ضمن تأکید بر



با برگزاری جشنواره بزرگ افزون بیمه های زندگی؛

نماینده شعبه زنجان بیمه پارسیان به مقام سوم دست یافت



با برگزاری مراسمی از نماینده برتر شعبه زنجان در جشنواره بزرگ افزون بیمه های زندگی، تجلیل شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ طی برگزاری مراسمی که با حضور حاجی حسنی رییس شعبه زنجان برگزار شد، از نماینده برتر این شعبه، فهیمه زارعی نمایندگی کد ۵۵۵۰۹۰ که موفق به کسب رتبه سوم لیگ طلایی کشوری در جشنواره بزرگ افزون بیمه های زندگی شدند با اهدای لوح تقدیر قدردانی شد.

بر اساس این گزارش و به نقل از شعبه زنجان، این شعبه توانسته با عملکرد موفق نماینده های تحت سرپرستی خود در ۹ ماهه سال جاری با رشد ۳۵ درصدی در فروش بیمه های زندگی بیش از یک سوم پرتفوی خود را به این رشته تخصیص دهد.

برگزاری مراسم بزرگداشت روز بیمه در قم و دیدار با تولیت آستان مقدس حضرت فاطمه معصومه (س)

و بهره‌مندی از رهنمودهای دینی، جلسه‌ای با حضور مدیران و همکاران شرکتهای بیمه استان قم و تولیت آستان مقدس حضرت فاطمه معصومه (س) برگزار شد. در این دیدار، حجت الاسلام سید محمد سعیدی گلیپاگانی، ضمن تقدیر از خدمات شرکتهای بیمه، بر اهمیت پیروی از آموزه‌های دینی در انجام فعالیت‌ها و رعایت حقوق بیمه‌گزاران تأکید کردند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ به مناسبت روز بیمه، مراسمی با حضور نمایندگان و متصدیان دفاتر نمایندگی شعبه قم برگزار شد. در این مراسم ضمن تبریک این روز، از تلاش‌های ارزشمند نمایندگان در جهت توسعه و پیشرفت شرکت قدردانی به عمل آمد.

براساس این گزارش، به منظور تعمیق ارتباط با نهادهای مذهبی





به همت شعبه زنجان بیمه پارسیان؛

همایش بزرگ بیمه‌های زندگی در این استان برگزار شد

با تلاش همکاران و شبکه فروش شعبه زنجان بیمه پارسیان، همایش بزرگ بیمه‌های زندگی با حضور بیش از ۶۰۰ نفر از بیمه‌گزاران برتر در زنجان و ابهر برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ این همایش که به همت شعبه زنجان و با هدف ارتقای آگاهی بیمه‌گزاران در زمینه بیمه‌های زندگی برگزار شد، با استقبال گسترده‌ای روبرو گردید. در ابتدای این مراسم، حاجی حسنی مدیر شعبه زنجان ضمن خوش‌آمدگویی، از اعتماد و وفاداری بیمه‌گزاران که بیش از دو دهه در جمع خانواده بزرگ بیمه پارسیان حضور دارند، قدردانی کرد. در ادامه دکتر مافی نژاد، راهبر ارشد بیمه‌های زندگی به تشریح آخرین دستاوردها، طرح‌ها و پوشش‌های متنوع بیمه‌های زندگی پرداخت. در پایان این مراسم نیز، به رسم قدردانی، جوایز ارزنده‌ای به بیمه‌گزاران اهدا گردید.



به مناسبت روز بیمه؛

حضور مدیر کل امور اقتصادی و دارایی استان اردبیل در شعبه بیمه پارسیان



به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ همزمان با روز بیمه، دکتر محمدنژاد، مدیر کل امور اقتصادی و دارایی استان اردبیل به همراه هیئت همراه، با حضور در شعبه بیمه پارسیان با همکاران دیدار و گفتگو کرد. بر اساس این گزارش در این دیدار ایشان ضمن تبریک این روز، صنعت بیمه را از یکی از ارکان مهم اقتصاد کشور دانست و خدمات ارائه شده توسط شرکت های بیمه به هموطنان را ارزشمند توصیف کرد.



توسط مهران ساری رییس شعبه بجنورد؛

اهمیت بیمه و خدمات آن در خطبه های نماز جمعه تشریح شد



مهران ساری، رییس شعبه بجنورد و رییس شورای هماهنگی بیمه استان خراسان شمالی در خطبه های نماز جمعه، ضمن تبریک هفته بیمه، به تبیین نقش بیمه در تامین امنیت اقتصادی جامعه پرداخت. ایشان با اشاره به تأکیدات بیمه مرکزی و سندیکای بیمه گران ایران بر بهره گیری حداکثری از ظرفیت های استانی، به ویژه تربیون نماز جمعه، به ارائه آماری جامع از عملکرد صنعت بیمه در استان خراسان شمالی پرداختند. ساری در ادامه به تشریح خدمات متنوع و منحصر به فرد شرکت های بیمه به بیمه گزاران پرداختند و بر اهمیت بیمه های زندگی به عنوان پشتوانه ای مطمئن برای آینده مردم تأکید کردند.



بررسی عملکرد شعبه شیراز بیمه پارسیان و تجلیل از نمایندگان برتر



در جلسه مشترکی که با حضور کارکنان و نمایندگان شعبه شیراز برگزار شد، عملکرد این شعبه در سال ۱۴۰۳ مورد بررسی قرار گرفت. در این جلسه، ضمن ارزیابی میزان خسارت خودروهای پرریسک، بارکش‌ها و حق بیمه تولیدی در رشته‌های مختلف بیمه، راهکارهایی برای بهبود عملکرد ارائه شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، در ابتدای این جلسه، مدیر منطقه جنوب، ضمن تشکر از تلاش‌های همکاران و نمایندگان، به تشریح وضعیت کلی شرکت بیمه پارسیان و عملکرد منطقه جنوب پرداخت. در ادامه، قاسم‌پور، رئیس شعبه شیراز، ضمن تقدیر از تلاش‌های همه همکاران و نمایندگان، به ارائه گزارشی از عملکرد دقیق شعبه در رشته‌های مختلف بیمه پرداخت. همچنین در خصوص بیمه نامه‌های خودرو و بررسی راهکارهای مختلف در حوزه‌های بیمه بدنه و شخص ثالث بحث و تبادل نظر شد. در پایان این مراسم، از وحیدرضا کاظم‌پور (کد ۵۴۱۹۲۰) به عنوان نماینده برتر شعبه و همچنین از ثریا کیانی (کد ۵۴۱۷۱۰)، آزاده آروین (کد ۵۰۳۷۶۵) و مریم معینی (کد ۵۴۱۷۰۰) و بیژن غلام‌پور (کد ۵۰۳۳۸۰) به عنوان نمایندگان برتر فروش بیمه‌های زندگی با اهدای لوح تقدیر و نشان برتر بیمه پارسیان قدردانی شد.

صعود های مختلف همکار پارسیانی به قله مرتفع کشور



سعید سعیدی همکار ستاد مرکزی بیمه پارسیان و کوهنورد فعال شرکت به قله مختلفی از جمله لاله زار و شیوشگان در استان کرمان، یخچال در استان همدان، کلکچال و لزون غربی و شرقی در استان تهران صعود و پرچم بیمه پارسیان را بر فراز کوه‌ها به اهتزاز درآوردند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان؛ به منظور ترویج فرهنگ ورزش و تحرک در میان همکاران، نشریه چتر آمادگی خود را جهت انتشار اخبار و تصاویر فعالیت‌ها و کسب عناوین ورزشی همکاران اعلام می‌دارد.

سی‌ویکمین همایش ملی و دوازدهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه

رضایت‌مندی و اعتماد مردم به صنعت بیمه

31st National and 12th International Conference
on Insurance and Development (ICID 2024)

Public Satisfaction and Trust in
Insurance Industry



دستاوردهای همکاران شرکت بیمه پارسیان در سی‌ویکمین دوره همایش بیمه و توسعه

و محورهای آن و فراخوان ارسال مقاله به این همایش طی ۲ نوبت ارسال نامه به تمامی همکاران صورت پذیرفت که در نهایت تعداد ۲۵ مقاله به اداره پژوهش و نوآوری مدیریت طرح و برنامه ارسال شد. براین اساس، پس از ارزیابی اولیه علمی و نگارشی و ارائه پاردای رهنمودها به منظور ارتقای کیفی، نویسندگان در مهلت مقرر نسبت به بارگذاری مقالات خود در سایت همایش اقدام نمودند. پس از ارزیابی علمی مقالات رسیده از سوی هیئت داوران، نتایج بررسی توسط سازمان همایش اعلام گردید که اطلاعات مربوط به مقالات پذیرش شده همکاران شرکت در جدول زیر آمده است:

سی‌ویکمین همایش ملی و یازدهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه با موضوع «رضایت‌مندی و اعتماد مردم به صنعت بیمه»، همزمان با روز بیمه برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پارسیان، نظر به اهمیت توسعه روحیه پژوهش‌گری در راستای ایجاد تحول و پیشرفت در امور جاری و نیز با اشاره به رویکرد متعالی و حمایتی شرکت در این خصوص، توجه ویژه مقام محترم مدیرعامل و عضو هیأت مدیره به این حوزه و همچنین به منظور جلب مشارکت اثربخش همکاران در سی‌ویکمین دوره همایش بیمه و توسعه که در تاریخ ۱۳ آذرماه ۱۴۰۳ برگزار شد، از سوی مدیریت طرح و برنامه، اطلاع‌رسانی کاملی در خصوص برگزاری این رویداد

ردیف	نویسندگان	عنوان مقاله	واحد سازمانی	نتیجه نهایی
۱	مرضیه جعفریان (نفر سوم از سه نویسنده)	تأثیر قیمت‌گذاری منصفانه و شفاف بر اعتماد و رضایت مشتریان	توسعه بازار	سخنرانی و چاپ
۲	فریبا نجفی (نفر سوم از چهار نویسنده)	تأثیر ابعاد سردرگمی مشتری بر اعتماد، عدم قطعیت و تعویق در فرایند تصمیم‌گیری برای انتخاب برند بیمه	نفت و انرژی	سخنرانی و چاپ
۳	سمیه کجوری گشتیانی	تأثیر هوش هیجانی بر رضایت‌مندی مشتری در محیط‌های خدماتی (مطالعه موردی: شرکت بیمه پارسیان)	طرح و برنامه	صرفاً چاپ
۴	سمیه موسوی قیداری	بررسی تأثیر ویژگی‌های چت بات‌های هوشمند در رضایت مشتریان صنعت بیمه	امور شعب	صرفاً چاپ
۵	محمد امیدوار	تأثیر مدیریت هوش مصنوعی بر رضایت‌مندی مشتریان صنعت بیمه پارسیان شهر تهران	بیمه‌های خودرو	صرفاً چاپ
۶	مرضیه جعفریان (نفر اول از سه نویسنده)	تأثیر اصل بودن برند و اعتماد برند بر رشد شرکت‌های بیمه خصوصی در تهران	توسعه بازار	صرفاً چاپ
۷	فریبا نجفی (نفر دوم از چهار نویسنده)	تأثیر ابعاد انگیزشی شبکه‌های اجتماعی بر تعامل مشتری با توجه به نقش میزبانی اعتماد اقتصادی و اطلاعاتی	نفت و انرژی	صرفاً چاپ
۸	ایمان عزیزی و عباس نجفی و رویا ریاحی	بررسی تأثیر پذیرش اینشور تک بر بهبود رضایت مشتری در بخش بیمه عمر صنعت بیمه	امور شعب و خودرو	صرفاً چاپ
۹	ناصر اشرفی و عباس نجفی	ارزیابی نقش هوش مصنوعی بر بهبود عملکرد مشتری در صنعت بیمه	معاونت مدیرعامل و امور شعب	صرفاً چاپ
۱۰	مجید بنویدی و فاطمه امدادی	کارایی شرکت‌های بیمه از منظر سیاست انکابی واکداری	انکابی آوای پارس	پوستری
۱۱	جابر صفرعلی‌نژاد	هوش مصنوعی: افزایش رضایت و اعتماد مشتری در صنعت بیمه	شعبه رشت	پوستری
۱۲	محمدجواد منصور قناعی	افزایش رضایت و اعتماد مشتریان در صنعت بیمه از طریق ادغام هوش مصنوعی	مهندسی	پوستری
۱۳	سید علی رضوی	تأثیر هوش مصنوعی بر پایه بلاگ‌چین در ایجاد رضایت‌مندی و اعتماد بیمه‌گزاران	شعبه قم	پوستری
۱۴	عباس نجفی و علیرضا کوبانی و ایمان عزیزی	سازوکار استفاده از ربات‌های اجتماعی در صنعت بیمه و افزایش اعتماد مشتریان	امور شعب	پوستری

در این دوره از همایش، با صلاح‌دید و دستور مقام محترم مدیرعامل و عضو هیأت مدیره، با هدف قدردانی از زحمات پژوهشگران، ترویج فرهنگ پژوهش در شرکت و ایجاد انگیزه در سایر همکاران برای مشارکت بیشتر در دوره‌های آتی، مطابق آیین‌نامه حمایت از امور پژوهشی بیمه پارسیان (001-BL-PI-N500) از همکارانی که نسبت به ارسال مقاله به این همایش اقدام نموده‌اند، با اهدای پاداش و لوح تقدیر، قدردانی شد.

براساس این گزارش، در این دوره از همایش بیمه و توسعه، محسن منوچهری، از همکاران شاغل در مدیریت طرح و برنامه، عنوان «پژوهشگر برتر صنعت بیمه در سال ۱۴۰۳» را به خود اختصاص داد و همچنین رساله مقطع دکتری ایمان عزیزی، رئیس شعبه شهرکرد، حائز عنوان «رساله دانشجویی برتر صنعت بیمه در سال ۱۴۰۳» شد. در پایان، ضمن تبریک به مناسبت توفیقات کسب شده توسط همکاران



چکیده مقالات همکاران بیمه پارسیان در سی و یکمین دوره همایش بیمه و توسعه

تأثیر قیمت‌گذاری منصفانه و شفاف بر اعتماد و رضایت مشتریان

● مرضیه جعفریان دیوکلائی؛ کارشناس مسئول بازاریابی

بر اعتماد مشتریان تأثیر معناداری دارد. همچنین قیمت‌گذاری منصفانه بر تمایلات رفتاری و رضایت مشتری تأثیر معناداری دارد و در نهایت قیمت‌گذاری شفاف بر تمایلات رفتاری و اعتماد مشتریان تأثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی: قیمت‌گذاری منصفانه، قیمت‌گذاری شفاف، اعتماد مشتریان، رضایت مشتریان، تمایلات رفتاری

عنوان حجم نمونه با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. به منظور گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استاندارد استفاده شد و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف و آزمون معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار پی‌ال‌اس استفاده شد. نتایج نشان‌دهنده این بود که رضایت مشتری بر اعتماد مشتریان و تمایلات رفتاری تأثیر معناداری دارد. از سوی تمایلات رفتاری

هدف اصلی از انجام این تحقیق بررسی تأثیر قیمت‌گذاری منصفانه و شفاف بر اعتماد و رضایت مشتریان بوده است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی بوده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه مشتریان بیمه پارسیان در استان تهران بودند که با توجه به اینکه جامعه آماری نامحدود می‌باشد، طبق جدول مورگان ۳۸۴ نفر به

تأثیر ابعاد سردرگمی مشتری بر اعتماد، عدم قطعیت و تعویق در فرآیند تصمیم‌گیری برای انتخاب برند بیمه

● فریبا نجفی؛ کارشناس راهبردی صدور بیمه‌های بهره‌وری

انتخاب بیش از حد، تأثیر معناداری بر عدم قطعیت در تصمیم‌گیری داشته است. در نهایت مشخص شد سردرگمی ناشی از ابهام، تأثیر معناداری بر اعتماد مشتری، عدم قطعیت در تصمیم‌گیری و همچنین تعویق در تصمیم‌گیری از سوی مشتری داشته است.

کلمات کلیدی: سردرگمی مشتری، اعتماد، عدم قطعیت، تصمیم‌گیری

از نوع کاربردی بوده و بر اساس شیوه گردآوری داده‌های تحقیق، از نوع توصیفی پیمایشی بوده است. این تحقیق با رویکرد کمی انجام شده و داده‌های آن از طریق روش مدلیابی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج بدست آمده نشان داد سردرگمی ناشی از شباهت، تأثیر معناداری بر عدم قطعیت در تصمیم‌گیری و تعویق در تصمیم‌گیری داشته است. همچنین نتایج نشان داد، سردرگمی ناشی از

هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی تأثیر ابعاد سردرگمی مشتری بر اعتماد، عدم قطعیت و تعویق در تصمیم‌گیری در انتخاب برند بیمه بوده است. جامعه آماری تحقیق، شامل کاربران دو پلتفرم ارایه‌دهنده خدمات جامع بیمه (بیمه‌دات‌کام و ازکی) بوده است. در این راستا ۳۹۰ نفر از کاربران این پلتفرم در شهر تهران از طریق روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده و داده‌های تحقیق از طریق پرسشنامه استاندارد جمع‌آوری شد. تحقیق حاضر

تأثیر هوش هیجانی بر رضایت‌مندی مشتری در محیط‌های خدماتی (مطالعه موردی بیمه پارسیان)

● سمیه کجوری گشنیانی؛ کارشناس امور پژوهشی و مسئول دفتر معاونت برنامه ریزی و توسعه بازار

هوش هیجانی گلמן (۲۰۰۱) و برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مربوط به افزایش رضایت‌مندی مشتریان از پرسشنامه حسنقلی‌پور (۱۳۹۲) استفاده شده است. روایی پرسشنامه‌ها مورد تأیید قرار گرفت. ضریب پایایی هر دو پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۳۷ و ۰/۷۶۳ برآورد گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار spss، استفاده شده است. نتایج نشان داد که هوش هیجانی بر افزایش رضایت‌مندی مشتریان بیمه پارسیان تأثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی: صنعت بیمه، هوش هیجانی، رضایت‌مندی مشتری

خودآگاهی، خودمدیریتی، آگاهی هیجانی و مدیریت روابط می‌پردازد و تأکید می‌کند که آموزش و توسعه هوش هیجانی در کارکنان می‌تواند به بهبود کیفیت خدمات و در نتیجه رضایت مشتریان منجر شود. این یافته‌ها تأکید می‌کند که سرمایه‌گذاری در توسعه هوش هیجانی در محیط‌های خدماتی نه تنها به نفع مشتریان بلکه به نفع سازمان‌ها نیز خواهد بود. این پژوهش از نظر اهداف تحقیق از نوع کاربردی و از نظر شیوه جمع‌آوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش، کارکنان شعبه‌های بیمه پارسیان است و ۱۰۴ پرسشنامه بین جامعه آماری توزیع گردید. برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مربوط به هوش هیجانی از پرسشنامه استاندارد

در دنیای رقابتی امروزی، رضایت‌مندی مشتری به عنوان یک عامل کلیدی در موفقیت سازمان‌ها شناخته می‌شود. این تحقیق به بررسی تأثیر هوش هیجانی کارکنان بر رضایت‌مندی مشتریان در محیط‌های خدماتی می‌پردازد. هوش هیجانی به توانایی شناسایی، درک، و مدیریت احساسات خود و دیگران اشاره دارد که نقش مهمی در تعاملات بین فردی ایفا می‌کند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که کارکنانی با سطح بالای هوش هیجانی قادر به ایجاد ارتباطات مؤثرتر با مشتریان هستند و می‌توانند احساسات و نیازهای آنان را بهتر درک کنند. این امر منجر به افزایش رضایت‌مندی مشتری می‌شود. همچنین، پژوهش به شناسایی مؤلفه‌های اصلی هوش هیجانی از جمله

بررسی تأثیر ویژگی‌های چت بات‌های هوشمند در رضایت مشتریان صنعت بیمه (مطالعه موردی شرکت بیمه پارسیان)

● سمیه موسوی قیداری؛ رییس اداره برنامه ریزی و توسعه شعب

سنجش نقش چت بات‌ها در رضایت مشتریان استفاده شده است. نتایج بدست آمده نشان داد که بین ویژگی‌های یک چت بات هوشمند و رضایت مشتری، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد و استفاده از چت بات هوشمند، بطور معناداری میزان رضایت مشتریان را افزایش می‌دهد.

کلمات کلیدی: هوش مصنوعی، چت بات هوشمند، رضایت مشتری، بیمه

از جمله شرکت‌های بیمه نیز، چت بات‌ها نقش مهمی در زنجیره ارزش بیمه، از جمله پیش خرید، خدمات مشتری و عملیات پشتیبانی ایفا می‌نمایند. شرکت‌های بیمه با پذیرش امکاناتی که هوش مصنوعی برای نوآوری ارائه می‌دهد، می‌توانند رضایت مشتریان را به دست آورند. هدف از پژوهش حاضر، بررسی تأثیر ربات‌های چت هوشمند بر افزایش رضایت مشتریان شرکت‌های بیمه کشور می‌باشد. این پژوهش از نوع همبستگی بوده و در آن از دو پرسشنامه محقق ساخته به منظور

صنعت بیمه در ایران در دهه‌های گذشته دچار تحولات عظیمی شده و فعالیت شرکت‌های بیمه در کشور در حال افزایش می‌باشد. با افزایش رقابت بین شرکت‌های بیمه در زمینه به دست آوردن سهم بیشتری از بازار، کسب رضایت بیشتر مشتریان امری اجتناب ناپذیر است. از طرفی با افزایش محبوبیت پلتفرم‌های پیام‌رسان و همچنین پیشرفت در هوش مصنوعی، از سال ۲۰۱۸ شاهد افزایش توسعه ربات‌های چت برای طیف وسیعی از نیازهای تجاری بوده‌ایم. در حوزه‌های خدمات‌رسان

تأثیر مدیریت هوش مصنوعی بر رضایت‌مندی مشتریان صنعت بیمه پارسیان شهر تهران

● محمد امیدوار؛ کارشناس تحلیل بازار و آمار بیمه های خودرو

صنوعی، مهارت‌های هوش مصنوعی، تمایل به هوش مصنوعی بر رضایت مشتریان بیمه پارسیان تأثیر معناداری دارد. یافته‌ها مدیریت هوش مصنوعی بر رضایت‌مندی مشتریان صنعت بیمه را نشان می‌دهند.

کلمات کلیدی: مدیریت هوش مصنوعی، رضایت‌مندی مشتریان، بیمه

شهر تهران و از ابزار پرسش‌نامه استاندارد برای جمع‌آوری داده‌ها و رویکرد رگرسیون و همبستگی جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت هوش مصنوعی بر رضایت مشتریان بیمه پارسیان تأثیر معناداری دارد. مدیریت هوش مصنوعی، تصمیم‌گیری مبتنی بر هوش مصنوعی، زیرساخت‌های هوش

مدیریت هوش مصنوعی با برخورداری از ویژگی‌ها و قابلیت‌های مختلف توانسته است انتظاف‌پذیری قابل توجهی را در زمینه رضایت‌مندی شغلی از خود نشان دهد. هدف این پژوهش، بررسی تأثیر مدیریت هوش مصنوعی بر رضایت‌مندی مشتریان صنعت بیمه است. نمونه آماری پژوهش شامل ۳۸۴ نفر از مشتریان بیمه پارسیان در

تأثیر اصیل بودن برند و اعتماد برند بر رشد شرکت‌های بیمه خصوصی در تهران

● مرصیه جعفریان دیوکلایی؛ کارشناس مسئول بازاریابی

آزمون‌های آلفای کرونباخ، کولموگروف-اسمیرنوف و پیرسون استفاده شده است و همچنین از نرم افزار PLS جهت تحلیل عاملی تاییدی متغیرها و به منظور تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق از روش کمترین توان دوم جزیی استفاده شده است. بر اساس بررسی علمی داده‌های بدست آمده از پرسشنامه‌ها، تمامی فرضیه‌های ارائه شده به جز فرضیه فرعی سوم (بین مشتری‌مداری برند و اعتماد برند در شرکت‌های بیمه خصوصی رابطه وجود دارد) در تحقیق در محدوده جامعه آماری تحقیق و زمان تحقیق مورد تایید قرار گرفتند.

کلمات کلیدی: اصالت برند، سازگاری برند، مشتری‌مداری برند، تجانس برند، اعتماد برند، رشد شرکت

بودن برند و اعتماد برند بر رشد شرکت‌های بیمه خصوصی در تهران می‌پردازد. بر این اساس، سه هدف فرعی تدوین شده است که وجود ارتباطی مستقیم میان اصالت برند بر اعتماد برند بر روی رشد شرکت‌های بیمه خصوصی در تهران را بررسی می‌نمایند. جامعه آماری در این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌های پرسش‌نامه، از مدیران ۲۳ شرکت بیمه خصوصی در تهران استفاده شده است. روش نمونه‌گیری سرشماری است. روش تحقیق حاضر از نوع توصیفی-همبستگی و از نوع پیمایشی بوده است. همچنین از پرسش‌نامه‌های سوالی که حاوی ۳۵ سوال بوده است، به منظور گردآوری اطلاعات استفاده شده است و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات از نرم‌افزار SPSS به کمک

بنیان بیمه بر مدیریت ریسک و جبران خسارت احتمالی استوار است و بیمه‌گذاران می‌بایست از این امر اطمینان داشته باشند که در صورت بروز حادثه، بیمه‌گر آن‌ها، خسارت را پرداخت خواهد نمود. بنابراین یکی از ارکان اساسی بیمه اعتماد است. یک برند قوی، اعتماد و اعتبار را تقویت نموده و سبب می‌شود که مشتریان بیمه‌ای، برند خاصی را به رقبایش ترجیح دهند. در حالی که بازار بیمه به شدت رقابتی بوده و عرضه‌کنندگان بیمه، خدمات مشابهی را ارائه می‌دهند، شرکتی موفق خواهد بود که از برندی اصیل برخوردار بوده و مصرف‌کنندگان بدان اعتماد داشته باشند که این امر در نهایت موجب تمایز را فراهم آورده و سبب رشد و سودآوری شرکت بیمه خواهد گردید. تحقیق حاضر به بررسی تأثیر اصیل



تأثیر ابعاد انگیزشی شبکه‌های اجتماعی بر تعامل مشتری با توجه به نقش میانجی اعتماد اقتصادی و اطلاعاتی

● فریبا نجفی؛ کارشناس راهبردی صدور بیمه‌های بهره‌برداری

اعتماد اصلی تحقیق حاضر بررسی تأثیر ابعاد سردرگمی مشتری بر اعتماد، عدم قطعیت و تعویق در تصمیم‌گیری در انتخاب برند بیمه بوده است. جامعه آماری تحقیق، شامل کاربران دو پلتفرم ارائه‌دهنده خدمات جامع بیمه (بیمه‌دات‌کام و ازکی) بوده است. در این راستا ۳۹۰ نفر از کاربران این پلتفرم در شهر تهران از طریق روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده و داده‌های تحقیق از طریق پرسشنامه

استاندارد جمع‌آوری شد. تحقیق حاضر از نوع کاربردی بوده و بر اساس شیوه گردآوری داده‌های تحقیق، از نوع توصیفی پیمایشی بوده است. این تحقیق با رویکرد کمی انجام شده و داده‌های آن از طریق روش مدل‌یابی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج همچنین نشان داد انگیزه توانمندسازی تأثیر معناداری بر اعتماد اطلاعاتی داشته است، اما تأثیر آن بر

هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی تأثیر ابعاد سردرگمی مشتری بر اعتماد، عدم قطعیت و تعویق در تصمیم‌گیری در انتخاب برند بیمه بوده است. جامعه آماری تحقیق، شامل کاربران دو پلتفرم ارائه‌دهنده خدمات جامع بیمه (بیمه‌دات‌کام و ازکی) بوده است. در این راستا ۳۹۰ نفر از کاربران این پلتفرم در شهر تهران از طریق روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده و داده‌های تحقیق از طریق پرسشنامه

کلمات کلیدی: انگیزش، شبکه‌های اجتماعی، تعامل مشتری، رفتار خرید مشتری، اعتماد

بررسی تأثیر پذیرش اینشورتک بر بهبود رضایت مشتری در بخش بیمه عمر صنعت بیمه

● ایمان عزیزی؛ رئیس شعبه شهرکرد ● عباس نجفی؛ مدیر منطقه مرکزی کشور ● رویا ریاحی؛ معاون راهبردی صدور بیمه‌های خودرو

نشان می‌دهد که بهبود در توزیع آنلاین خدمات بیمه منجر به رضایت بیشتر مشتری در بخش بیمه عمر صنعت بیمه می‌شود. نتایج نشان داد که مدیریت خسارت دیجیتال بر رضایت مشتری مؤثر می‌باشد اما میزان تأثیر آن ناچیز است و نسبت به دیگر عوامل از نظر مشتریان بسیار مهم تلقی نمی‌شود.

کلمات کلیدی: فناوری‌های دیجیتال، پذیرش اینشورتک، رضایت مشتری، بیمه عمر، صنعت بیمه

اتخاذ شده برای این مطالعه مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی (PLS) است. برای بررسی ارتباط پیش‌بینی رضایت مشتری، از تکنیک پیش‌بینی PLS استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که پذیرش اسنشورتک، تأثیر مثبتی بر رضایت مشتری در بخش بیمه عمر صنعت بیمه دارد. مدیریت خدمات مشتری و مدیریت ختم‌شی یکی از قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های رضایت مشتری در بخش بیمه عمر صنعت بیمه هستند. نتایج همچنین

در عصر انقلاب صنعتی ۰/۴، ادغام فناوری‌های دیجیتال، اتوماسیون و بینش‌های مبتنی بر داده، موج گسترده‌ای از تحول را در همه صنایع، از جمله بخش بیمه ایجاد کرده است. این مطالعه بر تعیین اینکه چگونه پذیرش این فناوری‌ها، صنعت بیمه عمر را تغییر می‌دهد و در نهایت سطح رضایت مشتری را افزایش می‌دهد، تمرکز دارد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با ۳۸۵ پاسخ قابل استفاده از بیمه‌شدگان بیمه عمر در استان اصفهان انجام شده است. روش

ارزیابی نقش هوش مصنوعی بر بهبود عملکرد مشتری در صنعت بیمه

● ناصر اشرفی؛ معاون بیمه‌های اشخاص و مسئولیت ● عباس نجفی؛ مدیر منطقه مرکزی کشور

مشتری و کیفیت ارتباط با مشتری دارد. طبق نتایج، تجربه مطلوب مشتری، می‌تواند کیفیت روابط با مشتری را بهبود دهد و در نهایت، هر اندازه که کیفیت روابط با مشتری افزایش یابد، عملکرد مشتری نیز بهبود پیدا می‌کند.

کلمات کلیدی: جذب هوش مصنوعی، چابکی سازمانی و مشتری، تجربه مشتری، عملکرد مشتری، کیفیت ارتباط با مشتری

که کلیه نمایندگان و شبکه فروش شرکت‌های بیمه در استان فارس می‌باشد، توزیع شد. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی بود. جهت بررسی فرضیات تحقیق از نرم‌افزار Smart-PLS استفاده گردید. یافته‌ها نشان می‌دهد که جذب هوش مصنوعی، نقش مهمی در چابکی سازمانی و مشتری، تجربه مشتری و کیفیت ارتباط با مشتری دارد. نتایج تایید می‌کند که چابکی سازمانی و مشتری نقش بسزایی در تجربه

هدف این تحقیق بررسی تأثیر هوش مصنوعی (AI) بر عملکرد مشتری و شناسایی عوامل مؤثر بر اثربخشی آن با استفاده از رویکرد کمی و روش حداقل مربعات جزئی، برای آزمون فرضیه‌ها و کشف روابط بین متغیرها بود. در این پژوهش متغیرهای پژوهش به وسیله پرسش‌نامه‌های استاندارد مورد ارزیابی قرار گرفت که میزان پایایی آن با آزمون آلفا کرونباخ برابر ۰/۸۶۴ می‌باشد. پرسش‌نامه بین ۳۶۰ نفر نمونه از جامعه آماری

کارایی شرکت‌های بیمه از منظر سیاست اتکایی و اگذاری

● مجید بنویدی؛ مدیر عامل و عضو هیات مدیره بیمه پارسیان ● فاطمه امدادی؛ بیمه اتکایی آوای پارس

ظرفیت نگهداری در شرکت‌های بیمه یک مزیت رقابتی محسوب می‌شود و اتخاذ سیاست مناسب اتکایی و اگذاری در مورد افزایش آن اثر مستقیم بر تولید منافع بیمه‌ای دارد. آیین‌نامه‌های ۷۶ و ۵۵ مصوب شورای عالی بیمه، برخی الزامات لازم جهت تعیین حداقل پوشش‌های اتکایی برای شرکت‌های بیمه را تعیین نموده است، اما در خصوص کفایت برنامه اتکایی در شرکت‌های بیمه مینا، چارچوب خاصی را تعریف ننموده است و عموماً شرکت‌های بیمه، براساس مهارت و تجربه مدیران خود، نسبت به اخذ پوشش‌های اتکایی اختیاری و قراردادی عمل می‌کنند و بعضاً مشاهده می‌گردد قراردادهای اتکایی، سال‌ها بدون توجه به عملکرد فنی شرکت

تمدید می‌گردند. تعیین برنامه اتکایی بر اساس فعالیت و عملکرد مؤسسه بیمه، بر مبنای معیار ویژه، ضمن کاهش اثرات خسارت‌های سنگین بیمه، موجب افزایش سود و منافع بیمه‌ای و حفظ سطح توانگری در این مؤسسات خواهد شد. در این مقاله، بر اساس روش تحلیل پوشش داده‌ها مبتنی بر تحلیل کسری، کارآمدی و یا به عبارتی کفایت برنامه اتکایی شرکت‌های بیمه جنرال فعال در بازار بیمه کشور، مورد بررسی قرار داده شده است و شرکت‌های بیمه‌ای که برنامه عملیات اتکایی آنها کارا بودند، شناسایی و بر مبنای آن برای دیگر شرکت‌های بیمه که عملیات اتکایی آنها کارا بودند، الگوی مناسب استخراج گردیده است. همچنین

میزان واگذاری لازم جهت کارا شدن عملیات اتکایی و کسب سطح توانگری بالاتر و افزایش سود فعالیت بیمه‌ای پیشنهاد گردیده است. این روش قابلیت گسترش در رشته‌های بیمه‌ای را نیز داشته و می‌توان برای رشته‌های مختلف بیمه‌ای ظرفیت مناسب نگهداری ریسک را تعیین و بدون نیاز به افزایش سرمایه نقدی، سطح توانگری شرکت‌های بیمه را از طریق برنامه اتکایی بهبود بخشید. برای محاسبه متغیرها و برآورد الگو از نرم‌افزار DEA XL استفاده شده است.

کلمات کلیدی:

کفایت پوشش اتکایی، تحلیل پوشش داده‌ها مبتنی بر تحلیل کسری، تعیین مرز کارا در عملیات اتکایی

هوش مصنوعی: افزایش رضایت و اعتماد مشتری در صنعت بیمه

● جابر صفرعلی نژاد؛ کارشناس بازاریابی شعبه رشت

این مقاله به بررسی نقش هوش مصنوعی (AI) در افزایش رضایت مشتری و اعتماد در صنعت بیمه می‌پردازد. فناوری‌های هوش مصنوعی مانند یادگیری ماشین و تحلیل پیش‌بینی‌کننده، با بهبود کارایی عملیاتی، کاهش زمان پاسخگویی و شخصی‌سازی خدمات، فرآیندهای بیمه را متحول کرده‌اند. از طریق خودکارسازی مبتنی بر هوش مصنوعی، شرکت‌های بیمه می‌توانند خدمات سریع‌تر و دقیق‌تری ارائه دهند و به رضایت بیشتر مشتریان کمک کنند. علاوه

بر این، هوش مصنوعی با افزایش شفافیت و امنیت و در عین حال به حداقل رساندن خطاها و تعصبات انسانی، نقش مهمی در ایجاد اعتماد ایفا می‌کند. با این حال، پیاده‌سازی هوش مصنوعی در بیمه چالش‌هایی را نیز به همراه دارد، از جمله نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی داده‌ها، تعصبات الگوریتمی و فقدان تعامل شخصی. ملاحظات نظارتی و اخلاقی نیز در حالی که شرکت‌های بیمه در چشم‌انداز در حال تکامل هوش مصنوعی در بیمه

حرکت می‌کنند، از اهمیت بالایی برخوردار است. این مقاله تحلیل جامعی از مزایا و محدودیت‌های هوش مصنوعی در تقویت رضایت مشتری و اعتماد و نیز بینشی در مورد چگونگی استفاده مسئولانه صنعت بیمه از پتانسیل هوش مصنوعی ارائه می‌دهد.

کلمات کلیدی:

هوش مصنوعی، رضایت مشتری، اعتماد، صنعت بیمه، یادگیری ماشین

افزایش رضایت و اعتماد مشتریان در صنعت بیمه از طریق ادغام هوش مصنوعی

● محمدجواد منصورقناعتی؛ کارشناس مسئول صدور بیمه‌های ساخت و نصب

در عصر حاضر، فناوری‌ها علی‌الخصوص هوش مصنوعی، به سرعت در حال تغییر و تحول صنایع مختلف هستند و صنعت بیمه نیز از این قاعده مستثنی نیست. این تحقیق به تحلیل تأثیر فناوری هوش مصنوعی در صنعت بیمه مهندسی و نقش آن در بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت بیمه‌گذاران اختصاص دارد. با توجه به چالش‌های موجود در زمینه صدور بیمه‌نامه‌ها و پردازش خسارات، یافته‌ها نشان می‌دهند که ادغام هوش مصنوعی می‌تواند زمان صدور

بیمه‌نامه‌ها را تا ۴۰٪ کاهش دهد و دقت در شناسایی ریسک‌ها را به میزان قابل‌توجهی افزایش دهد. بر اساس نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها از پرسشنامه‌های توزیع‌شده، میانگین رضایت بیمه‌گذاران از خدمات مبتنی بر هوش مصنوعی، ۴ از مقیاس ۱ تا ۵ بوده و ۷۵٪ از پاسخ‌دهندگان اذعان کردند که استفاده از هوش مصنوعی سبب تسهیل در پردازش ادعاهای خسارت و کاهش زمان انتظار آن‌ها می‌شود. این پژوهش نشان می‌دهد که هوش مصنوعی

می‌تواند نقاط ضعف موجود در فرآیندهای سنتی بیمه را شناسایی و بهبود بخشد که در نتیجه به ارتقای اعتماد بیمه‌گذاران و افزایش کیفیت خدمات منجر می‌شود. نتایج این تحقیق به عنوان الگویی کاربردی برای سایر بخش‌های صنعت بیمه محسوب شده و می‌تواند به بهبود عملکرد و توان رقابتی شرکت‌ها کمک کند.

کلمات کلیدی:

هوش مصنوعی، رضایت مشتری، اعتماد مشتری، بیمه‌های مهندسی



تأثیر هوش مصنوعی بر پایه بلاک چین در ایجاد رضایتمندی و اعتماد بیمه‌گزاران

● سیدعلی رضوی؛ رئیس اداره امور بیمه‌ای شعبه قم

زمینه یاری نموده و راهکارهایی برای افزایش رضایت و اعتماد مشتریان بر پایه فناوری هوش مصنوعی ارائه نماید. در این پژوهش از آزمون کلموگروف-اسمیرنف جهت تایید توزیع نرمال داده‌ها و سنجش متغیرها و از آزمون تی-تست برای بررسی وضعیت تأثیر فاکتورهای مؤثر استفاده شده است.

کلمات کلیدی:
هوش مصنوعی، بلاک چین، اعتماد، رضایتمندی، صنعت بیمه

می‌سازد. در این میان، تأثیرات متقابل رضایت و اعتماد مشتریان بر یکدیگر و تأثیر آن‌ها بر موفقیت شرکت‌های بیمه پنهان نمانده است. این مقاله به بررسی نقش هوش مصنوعی و بلاک چین در افزایش رضایت و اعتماد مشتریان در صنعت بیمه پرداخته تا نشان دهد که چگونه ترکیب هوش مصنوعی و بلاک چین می‌تواند به بهبود تجربه مشتریان در صنعت بیمه کمک کند. در نهایت، نتایج این تحقیق می‌تواند به شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این

با ظهور فناوری‌های نوین، صنعت بیمه با چالش‌ها و فرصت‌های جدیدی روبه‌رو شده است. هوش مصنوعی از طریق تحلیل داده‌های بزرگ و یادگیری ماشین، امکان شخصی‌سازی خدمات، شناسایی الگوهای پیچیده و پیش‌بینی ریسک‌ها را فراهم می‌آورد که به افزایش کارایی و کاهش هزینه‌ها منجر می‌شود. از سوی دیگر، بلاک چین با ارائه یک بستر شفاف و امن، امکان جلوگیری از تقلب و افزایش اعتماد مشتریان به فرآیندهای بیمه‌گری را فراهم

سازوکار استفاده از ربات‌های اجتماعی در صنعت بیمه و افزایش اعتماد مشتریان

● ایمان عزیزی؛ رئیس شعبه شهرکرد ● عباس نجفی؛ مدیر منطقه مرکزی کشور ● علیرضا گویایی؛ معاون امور شعب

ربات‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد. نتایج همچنین نشان می‌دهد اعتماد به ارائه‌دهندگان خدمات بیمه، رابطه بین محرک‌های ارزش ویژه مشتری و کیفیت تجربه مشتری را واسطه می‌کند. علاوه بر این، اعتماد مشتریان به ارائه‌دهندگان خدمات به ایجاد اعتماد به ربات‌های اجتماعی کمک می‌کند.

کلمات کلیدی:
محرک‌های ارزش ویژه مشتری، تجربه مشتری، ربات‌های اجتماعی، اعتماد مشتری، صنعت بیمه

پرسشنامه استاندارد، مورد ارزیابی قرار گرفت و پرسش‌نامه بین ۳۸۵ نفر نمونه از جامعه آماری که کل مشتریان شرکت‌های بیمه در سطح شهر اصفهان می‌باشد، توزیع شد. این مطالعه از مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی ترکیبی دو مرحله‌ای (PLS-SEM) برای بررسی روابط پیشنهادی استفاده کرد. یافته‌ها نشان می‌دهد در حالی که هم محرک‌های ارزش ویژه مشتری بر اعتماد به ارائه‌دهندگان خدمات بیمه تأثیر می‌گذارند، تنها ارزش ویژه برند و ارزش ویژه رابطه بر اعتماد به

اگرچه ارائه‌دهندگان خدمات به‌طور فزاینده‌ای از ربات‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، هنوز چیزهای زیادی در مورد اینکه چه چیزی بر تجربیات مشتریان با ربات‌ها تأثیر می‌گذارد، باید آموخت. برای پرداختن به این موضوع، این مطالعه روابط بین محرک‌های ارزش ویژه مشتری (یعنی ارزش ویژه سودمندی، ارزش ویژه برند و ارزش ویژه روابط)، اعتماد به ربات‌های اجتماعی و اعتماد به ارائه‌دهندگان خدمات بیمه را بررسی می‌کند. در این پژوهش متغیرهای پژوهش به‌وسیله یک

سی‌ویکمین همایش ملی و دوازدهمین همایش بین‌المللی بیمه و توسعه رضایتمندی و اعتماد مردم به صنعت بیمه

31st National and 12th International Conference on Insurance and Development (ICID 2024)

Public Satisfaction and Trust in Insurance Industry

زمان و مکان برگزاری همایش:
۱۳ آذرماه ۱۴۰۳
مرکز همایش‌های برج میلاد



تقدیر شد
تا ۵ آبان‌ماه



مهلت ارسال اصل مقالات: اول آبان‌ماه ۱۴۰۳
اعلام پذیرش مقالات: ۲۵ آبان‌ماه ۱۴۰۳

ISC

SID

CIVILICA



تسلیت

متأسفانه باخبر شدیم همکارانمان آقایان سرهنگ حمیدرضا ابومحسوب،

رضا صالحی زاده، سامان حیدری، مهیار خوشدل،

مهدی خسرونژاد، نادعلی علینژاد و خانم‌ها الهه دلاوری

و شیوا عزیزی 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
نوشته‌های اویار حسین

لغت	ترجمه
Surrender value	ارزش بازخرید
Warehouse	انبار
General Warehouse	انبار عمومی
Warehouse receipt	قبض انبار
Warehouse to Warehouse	انبار به انبار
Mortgage	وثیقه
Vehicle	وسیله نقلیه موتوری زمینی
Losses occurring	وقوع خسارت
Characters of insurance contract	ویژگی‌های قرارداد بیمه
Anyone risk	هر خطر
Per-life	هر فرد
Underwriting expense	هزینه بیمه‌گری
Acquisition cost	هزینه تحصیل بیمه (فروش بیمه)
Freight	هزینه حمل
Pure burning cost	هزینه خالص تمام شده
Servicing cost	هزینه خدمات دهی

جشنواره زمستانه

بیمه موبایل بیمه پارسیان

۳۰٪

تخفیف خرید
بیمه نامه



دنیا دنیا آرامش

بیمه پارسیان

مرکز ارتباطات: ۰۲۱-۸۲۵۹۰۰۰۰ www.parsianinsurance.ir club.parsianinsurance.com



جشنواره زمستانه بیمه های مسئولیت

تسهیلات ویژه فروش محصولات بیمه ای در رشته مسئولیت

(به استثناء بیمه نامه مسئولیت حرفه ای پزشکان و پیراپزشکان)

از تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۱ لغایت ۱۴۰۳/۱۲/۳۰



مرکز ارتباطات ۰۲۱-۸۲۵۹

CLUB.PARSIANINSURANCE.COM

WWW.PARSIANINSURANCE.IR