



معرفی استان بوشهر

آسماری زنگ بیمه را در گیش نواخت

اصل حسن نیت در قراردادهای بیمه چیست ؟

کانال های فروش نوین ، دشمن شما نیستند

لطفاً مشتری را رها نکنید

نترسید ، بپرسید !

«آسماری» پنج سال در قله «توانگری»



www.asmari-insurance.com

به یاد آنکه هستی از آن اوست

بیمه آسماری

Asmari Insurance

بولتن ویژه خانواده بیمه آسماری (نمایندگان)
شماره ۸

تیم اجرایی:

■ مدیر مسئول: علیرضا یزداندوست

■ ناشر: روابط عمومی

■ سردبیر: راضیه تاجیک

■ مدیر هنری: مجید خاقانی

■ صفحه آرایی و گرافیک: عرفان گنج خانلو

ارتباط با ما:

■ نشانی: تهران - خیابان گاندی - خیابان یازدهم - پلاک ۱۹

■ صندوق پستی: ۱۵۱۷۶۱۳۷۳۱

■ تلفن: ۴۳۴۱۷

■ @asmari-ins

■ از کلیه همکاران عزیز دعوت می شود تا با پیوستن به

کانال بیمه آسماری از آخرین اخبار آگاهی یابند.

فهرست

- گفتگوی اختصاصی روزنامه پیام عسلویه با
- ۱.....علیرضا یزدان دوست مدیر عامل شرکت بیمه آسماری
 - ۲.....دیدار علیرضا یزدان دوست مدیرعامل بیمه آسماری با
 - ۳.....معاون سیاسی اجتماعی استان بوشهر
 - ۴.....معرفی استان بوشهر
 - ۵.....آسماری زنگ بیمه را در کیش نواخت
 - ۶.....اصل حسن نیت در قراردادهای بیمه چیست؟
 - ۷.....کانال های فروش نوین، دشمن شما نیستند
 - ۸.....لطفاً مشتری را رها نکنید
 - ۹.....نترسید؛ برسید!
 - ۱۰.....«آسماری» پنج سال در قله «توانگری»



گفتگوی اختصاصی روزنامه پیام عسلویه با علیرضا یزدان دوست مدیر عامل شرکت بیمه آسماری

قرار داده ایم .
وی همچنین افزود: شرکت بیمه آسماری از جمله شرکت های خصوصی و پویایی است که با قدمتی نزدیک به یک دهه و تلاش مستمر، توانسته خدمات خود را با بهترین شکل ممکن به مشتریان خود عرضه نماید .

مدیر عامل شرکت بیمه آسماری نیازسنجی مشتریان برای رسیدن به محصول جدید را یکی از اهداف این شرکت عنوان کرد و گفت: عموماً در صنعت بیمه کشور، با تولید محصول به دنبال مصرف کننده هستیم. اما ما در شرکت بیمه آسماری در تلاش هستیم که ابتدا با نیازسنجی از جامعه هدف و جمع آوری و تحلیل این نیازها به تولید محصول بپردازیم. وی اضافه کرد: ما اعتقاد داریم که برخی از نیازهای جوامع مورد هدف، یا با جزئیات و دقت لازم پوشش داده نشده و یا تاکنون محصولی برای آنها طراحی نشده است. لذا یکی از اهدافمان این است که از نیازسنجی مشتریان به طراحی محصولات جدید برسیم. وی ادامه داد: محصولات جدید در صنعت بیمه، ساختار مخصوص به خود را دارد. یعنی برای هر

به فعالیت کرده است و با عنایت به مقررات تاسیس موسسات بیمه در مناطق آزاد مصوب هیات محترم وزیران در سرزمین اصلی نیز در تعدادی از رشته های بیمه ای از جمله رشته درمان انفرادی امکان فعالیت دارد.

این در حالی است که در سرزمین مناطق آزاد در همه رشته های بیمه ای به صورت جنرال (بیمه های آتش سوزی، باربری، خودرو، مسئولیت، امور و حادثه و سایر رشته ها) امکان ارائه بیمه نامه به بیمه گزاران را دارد.

علیرضا یزدان دوست در ادامه افزود: که با توجه به ماهیت سهامداران مجموعه آسماری که یکی از عمده سهامداران این شرکت، مجموعه کمک رسان ایران SOS است و ماهیت این مجموعه فعالیت در حوزه بیمه درمان می باشد، لذا یکی از فعالیت های بیمه آسماری حضور پر رنگ در این بخش بوده است. یقیناً ارتقاء سطح فرهنگی بیمه ای در کشور یکی از رویکردهای ما در این بخش خواهد بود و بر همین اساس تلاش هایی برای ارائه خدمات هر چه بهتر و بهینه به هموطنان عزیز را الگوی کارمان

در گفتگوی اختصاصی با روزنامه پیام عسلویه باعلیرضا یزدان دوست مدیر عامل شرکت بیمه آسماری مطرح شد:

تلاش داریم از نیازسنجی مشتریان به طراحی و ارائه محصولات جدید برسیم

پیام عسلویه: علیرضا یزدان دوست، مدیر عامل شرکت بیمه آسماری در خصوص نوع فعالیت بیمه آسماری گفت: این شرکت، یکی از شرکت های بیمه ای است که با دریافت مجوز فعالیت در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، آغاز به کار نموده و همانند دیگر بیمه گران، مجوز خود را از بیمه مرکزی جمهوری اسلامی دریافت کرده است. این شرکت، در سازمان منطقه آزاد پروانه خود را به ثبت رسانده و دفتر مرکزی آن در منطقه آزاد کیش فعال است.

وی ادامه داد: شرکت بیمه آسماری از سال ۹۱ با محوریت فعالیت در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی شروع

محصول جدید بیمه ای، نیاز به طرح توجیهی مدونی است که باید به تأیید و تصویب بیمه مرکزی جمهوری اسلامی برسد. این در حالی است که طرح های توجیهی باید بر اساس نیازسنجی های انجام شده و بر پایه علوم آماری طراحی شده باشد. بالطبع اگر طراحی محصول، بر پایه اصول علمی و یک سری تحقیقات عددی و آماری صورت گرفته باشد، می توان با توجیهات مستند و مستدل نظر مثبت بیمه مرکزی ج.ا. را جلب کرد و تأییدیه آن را دریافت نمود.

شعبات اصلی بیمه آسماری در کشور

یزدان دوست با اشاره به اینکه بیمه آسماری دارای ۵ شعبه اصلی در کشور است افزود: در حال حاضر این پنج شعبه اصلی در شهرهای کیش، قشم، اروند، بوشهر و ارس فعال هستند. اما با توجه وجود بخش های دیگر از حوزه های پررنگ اقتصادی در برخی از مناطق آزاد و مناطق ویژه اقتصادی که تا به حال نتوانسته ایم در آن حضور پیدا کنیم، در نظر داریم تا پایان سال ۹۸ با اخذ مجوزهای لازم در آن مناطق نیز حضوری فعال داشته باشیم که بیمه آسماری در حوزه فعالیت این شعبات دارای بیش از ۱۰۰ نمایندگی فعال هم دارا می باشد.



عسلویه قطب اقتصادی کشور

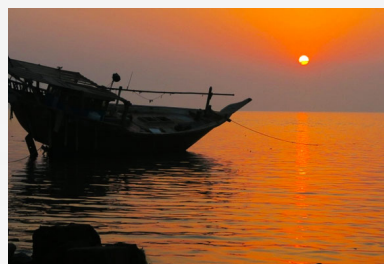
یزدان دوست با تأکید بر وجود چندین نمایندگی فعال بیمه آسماری در شهرستان عسلویه اظهار داشت: با توجه به اینکه شهرستان عسلویه یکی از قطب های اقتصادی کشور به شمار می آید، درصد

هستیم علاوه بر تبلیغات گسترده به جهت پررنگ تر نمودن نام و برند بیمه آسماری در این منطقه، اقدام به تدوین طرح هایی نماییم که صنعت گران حوزه های انرژی بتوانند از خدمات این بیمه، بیشتر و بهتر بهره مند شوند.

طرح های درمانی جدید

مدیر عامل شرکت بیمه آسماری به طرح های جدید درمانی که از ابتدای سال ۹۸ آغاز شده اشاره کرد و گفت: این پکیج های درمانی علاوه بر دارا بودن سطح متنوعی از پوشش های بیمه ای، در نوع ساختار پوشش بیمه ای نیز تنوع ایجاد کرده است و به گونه ای طراحی شده که علاوه بر اینکه جوامع گروهی فعال در مناطق آزاد را تحت پوشش قرار می دهد، این امکان را خواهد داشت که با طرح های خانوار بتوانیم بخشهای کوچکتر این بازار را نیز تحت پوشش قرار دهیم.

وی اضافه کرد: طرح های خانوار دارای پوشش بیمه ای پایه و در ۵ طرح با امکان افزایش و کاهش سقف هاست، اما به جهت اینکه مخاطبین ما ساختار درآمدی متفاوتی دارند، پوششهای بیمه ای متفاوتی برای آنها در نظر گرفته خواهد شد.



اهداف سفر به بوشهر

وی ضمن اظهار خرسندی از اولین سفر دوره ای به بوشهر با بیان اینکه، این اولین سفر پس از انتصاب بنده به مدیر عاملی این شرکت بود، اظهار داشت: استان بوشهر علاوه بر اینکه دارای مردمی بسیار خونگرم و مهمان نواز است، جزو یکی از شهرهای با ظرفیت و دارای پتانسیل ویژه است. وی مهمترین

هدف این سفر را فعال سازی پتانسیل های موجود، تشریک مساعی با نمایندگان و مجموعه همکاران در نقاط مختلف استان، گسترش نام بیمه آسماری و آشنایی بیشتر عموم مردم با خدمات این بیمه ذکر کرد و گفت:

استان بوشهر و شهرستان عسلویه به لحاظ دارا بودن پتانسیل بالا و مناسب در بخشهای مختلف از جمله معاونت ها و مدیریت های آن، ضرورت توجه به این استان را در اولویت های مهم کاری ما قرار داده است.

وی ضمن اشاره به تعداد بالای کارگزاری های فعال در صنعت بیمه و حجم ریالی قابل توجه عملیات آنان افزود: متأسفانه تاکنون همکاری گسترده ای با کارگزاران نداشته ایم. اما هدفمان این است که بتوانیم از پتانسیل کارگزارانی که در حوزه مناطق آزاد فعال هستند، استفاده نماییم و همکاری صمیمانه ای را پایه ریزی کنیم که منافعش عاید بیمه گزاران، شرکت های کارگزاری و شرکت بیمه آسماری گردد.

یزدان دوست در پایان گفت: شرکت بیمه آسماری علاوه بر شعبه مرکزی در بوشهر، چند نمایندگی فعال در شهرستان های عسلویه، کنگان و گناوه نیز دارد و ما اعتقاد داریم که بوشهر و عسلویه قطب های اقتصادی کشور هستند.

لذا به دنبال این هستیم که با ایجاد ارتباط گرم و صمیمانه با صنعتگران حوزه های مختلف در منطقه و عرضه و ارائه خدمات مطلوب به بهترین شکل ممکن، به گونه ای عمل کنیم که خدمات ما مهر تأییدی بر ماندگاری ما در همکاری با این عزیزان باشد.



دیدار علیرضا

یزدان دوست

مدیرعامل بیمه

آسماری با

معاون سیاسی

اجتماعی

استان بوشهر

قطب‌های برتر اقتصادی کشور می‌باشند که قطعاً حضور پر قدرت و مستمر از اهداف شرکت بیمه آسماری است.

مدیرعامل بیمه آسماری اذعان کرد: امید است با کمک فرمانداری استان بوشهر بتوانیم بستر مناسبی در زمینه فرهنگ‌سازی صنعت بیمه انجام دهیم تا با فعالیتهای تبلیغاتی فرهنگ بیمه‌پذیری در جامعه رشد و گسترش بیشتری پیدا کند.

در ادامه این دیدار اسماعیل روحانی معاون سیاسی - اجتماعی فرماندار استان بوشهر گفت: تعامل و همدلی دستگاه‌های اجرایی با صنعت بیمه و همچنین ارائه خدمات بهینه از سوی شرکت‌های بیمه می‌تواند به‌عنوان عامل راهگشا برای صنعت بیمه باشد و در شرایط کنونی شایسته است که با همبستگی هرچه بیشتر جهت رفاه حال هموطنانمان بیشتر تلاش نماییم. یزدان دوست در آخر ضمن تقدیر از همکاری فرمانداری استان بوشهر خواستار حمایت و همراهی هرچه بیشتر شد.

نفر را برای پذیرش بیمه درمان تکمیلی شرکتی قرار داده‌اند، تمامی شرکت‌ها با حداقل ۱۵ نفر پرسنل (با احتساب اعضای خانواده) بتوانند از مزایای بیمه تکمیلی شرکتی به‌صورت نقد و اقساط استفاده کنند.

وی در خصوص مزایای رقابتی بیمه آسماری اظهار داشت: بیمه آسماری به همراه سهامدار عمده خود شرکت کمکرسان ایران توانسته خدمات بی‌نظیر درمانی را ارائه دهد که با بیش از ۲۳۰۰ مرکز درمانی طرف قرارداد است، چراکه چابکی عملکرد در بازار و هم‌افزایی دهه‌ها تجربه در ارائه خدمات بیمه خصوصاً در رشته‌های درمان شامل بیمه‌های تکمیلی و بیمه‌های مسافرتی یکی از مزیت‌های رقابتی بیمه آسماری است. یزدان دوست در این دیدار با اشاره به اینکه استان بوشهر و شهرستان تابعه آن با وجود صنعتی محور بودن خود بستر مناسبی جهت بیمه‌های درمان تکمیلی دارند افزود: استان بوشهر و عسلویه از

علیرضا یزدان دوست مدیرعامل بیمه آسماری با حضور در محل فرمانداری استان بوشهر با اسماعیل روحانی معاون سیاسی - اجتماعی این استان دیدار کردند.

به گزارش روابط عمومی بیمه آسماری، علیرضا یزدان دوست در خصوص مهم‌ترین مسائل بیمه‌ای این استان علی‌الخصوص بیمه‌های تکمیل درمان که باعث رفاه و امنیت برای تمامی اقشار جامعه است به گفت‌وگو پرداختند.

مدیرعامل بیمه آسماری در خصوص بیمه‌های درمان تکمیلی آسماری افزود: شرکت بیمه آسماری با توجه به چالش‌های اقتصادی و تمایل جامعه به سمت شرکت‌های کوچک و مؤسسات دانش‌بنیان و استارت آپ، این امکان را برای شرکت‌ها فراهم کرده تا برخلاف اغلب شرکت‌های بیمه که پایه ۵۰



تبریک مدیرعامل شرکت بیمه آسماری به مناسبت روز بیمه

روز ملی بیمه، فرصت بسیار ارزشمندی است تا از تلاش و همت تمامی همکاران عزیز در صنعت بیمه به ویژه همکاران شرکت بیمه آسماری تشکر کنم. امیداست با تلاش و تشریک مساعی بتوانیم فرهنگ بیمه را بیش از پیش نهادینه کنیم؛ با ارائه خدمات شایسته، گامی مؤثر در جهت اعتلای کیفیت زندگی آحاد جامعه برداریم و توسعه، تحول و شکوفایی را در تمامی عرصه‌های فعالیت‌های بیمه‌ای محقق سازیم که ماحصل آن همان افزایش ضریب نفوذ بیمه خواهد بود.

دیگر بتواند خواسته‌های مشتری را در دسترسی و استفاده از خدمات جدید برآورده کند. شرکت بیمه آسماری در دوره کنونی فعالیت خود به دنبال ارائه چنین خدماتی است و قصد دارد تحولات بنیادین در خدمات بیمه‌ای خود ایجاد کند، به طوری که نیاز مشتریان را با بهترین کیفیت برآورده سازد. خداوند منان را سپاس که توانسته ایم در کنار یکدیگر با همدلی و محبت، در راستای اهداف صنعت بیمه با اتکا به ایده‌های نوین، گامی محکم برداریم.

ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که به سرعت در حال تغییر است و این سرعت، شرایط عدم اطمینان را به وجود می‌آورد. خوشبختانه صنعت بیمه توانسته است خود را با این قبیل تحولات به روز کند و این عدم اطمینان را به اطمینان تبدیل کند. از اصلی‌ترین رسالت‌های صنعت بیمه، فراهم آوردن آرامش اجتماعی است و آنچه امروز بیمه‌گران باید به آن بپردازند، طراحی و ارائه محصولات و خدماتی است که از یک سو پاسخگوی نیازهای زندگی نوین بشر باشد و از سوی

بازدید مدیرعامل بیمه آسماری از شعبه بوشهر



شرکت‌ها در بازار بیمه هستند اظهار داشت: نمایندگان بایستی در ارائه خدمات به مشتریان عملکرد قابل قبولی داشته باشند و ستاد نیز با سرعت بیشتری به نرخ و شرایط و پرداخت خسارات را در دستور کار خود قرار دهد. مدیرعامل بیمه آسماری در پایان گفت: شعبه بوشهر بیمه آسماری با در نظر گرفتن چشم‌انداز شرکت و تمرکز بر ایجاد پرتفوی مناسب یکی از شعب موفق بیمه آسماری در راستای رسیدن به این اهداف می‌باشد.

فروش و نقش نمایندگان در کیفیت عملکرد شرکت شده است که با توجه به پویایی صنعت بیمه و بروز اتفاقات و ریسک‌های جدید، ما نیز باید بروز بوده و راهکارهای جدید را اندیشیده و پیاده‌سازی کنیم. وی آموزش نمایندگان را امری مهم تلقی کرد و گفت: آموزش نمایندگان ازجمله برنامه‌های مهم امور شعب و نمایندگان است چراکه با آموزش می‌توانیم از تمامی ظرفیت‌ها به نحو مطلوبی استفاده نماییم. یزدان دوست با اشاره به اینکه نمایندگان از عنصرهای فعال

به گزارش روابط عمومی بیمه آسماری، علیرضا یزدان دوست ضمن بازدید از شعبه بوشهر، نشست صمیمانه‌ای را با رئیس شعبه، پرسنل و شبکه فروش استان بوشهر داشت. علیرضا یزدان دوست در این نشست ضمن قدردانی از تمامی همکاران این شعبه به تأکید بر تأمین منافع ذینفعان اعم از بیمه‌گذاران، نمایندگان و سهامداران به اهمیت نقش نمایندگان در عملکرد شرکت اشاره کرد و گفت: در برنامه راهبردی شرکت، توجه ویژه و خاصی به شبکه

معرفی استان بوشهر

کشاورزی

از نظر کشاورزی درختی این استان در تولید خرما یکی از استانهای مهم کشور می باشد و مهمترین مرکز صید ماهی و میگو یکی از مهمترین فعالیتهای اقتصادی مردم این استان را تشکیل می دهد استان بوشهر بدلیل اقلیمی یکی از مراکز مهم پرورش شتر در ایران می باشد و حدود ۳۰۰۰ نفر شتر در آن ثبت شده است که در اغلب نواحی آن وجود داشته و به صورت سنتی نگهداری می شود.

تاریخچه استان

قدیمی ترین نشانه های به دست آمده از سکونت در سرزمین بوشهر، به عهد عیلامی و تمدن بین النهرین برمی گردد. از دوره هخامنشیان آثار با ارزشی در اطراف شهر برازجان کشف شده است. در دوره ساسانیان و در زمان اردشیر بابکان شهر و رام اردشیری در دو فرسنگی شهر بوشهر بنا نهاده شد که اکنون خرابه های آن به نام ریشهر معروف است. کشت گوجه فرنگی خارج از فصل است. شهرستان دشتستان از لحاظ تولید سالانه خرما و مرکبات مقام اول را در استان کسب کرده است.

استان بوشهر از استان های جنوبی ایران و هفدهمین استان بزرگ کشور به لحاظ مساحت است که در حاشیه خلیج فارس قرار دارد. مرکز این استان بندر بوشهر می باشد.

این استان به علت قرار گرفتن در ساحل استراتژیک خلیج فارس، صادرات و واردات دریایی، صنعت صیادی، وجود ذخایر نفت و گاز (پارس جنوبی و شمالی)، کشاورزی و نخلداری و وجود نیروگاه هسته ای از اهمیت راهبردی و اقتصادی برخوردار است؛ به گونه ای که پایتخت انرژی ایران لقب گرفته است.

استان بوشهر از شمال به قسمتی از استان خوزستان و استان کهگیلویه و بویراحمد، از شرق به استان فارس، از جنوب و غرب به خلیج فارس و از جنوب شرق به قسمتی از استان هرمزگان محدود است و از دو بخش جلگه ای حاشیه ساحلی غربی و کوهستانی نوار شرقی منتهی الیه زاگرس جنوبی تشکیل شده است. جمعیت: بر طبق آمارهای اعلام شده از نفوس و مسکن در اسفند ماه ۹۵، سهم جمعیت استان بوشهر در این سرشماری یک میلیون و ۱۶۳ هزار و ۴۰۰ نفر بوده است که از این حیث رتبه ۲۳ کل استان های کشور را داراست و رشد جمعیتی برابر ۱,۲۴ درصد بوده است و استان بوشهر به عنوان دومین استان کشور بعد از خراسان جنوبی در رتبه دوم قرار دارد.



بنادر

مهم‌ترین بنادر استان شامل بندر بوشهر، بندر گناوه، بندر دیلم، بندر ریگ، بندر دیر، بندر کنگان، بندر نخل تقی، بندر عسلویه و بندر عامری می‌باشد

اسکله مسافرتی والفجر نیز به جابه‌جایی بار و مسافر میان این استان و کشورهای حاشیه خلیج فارس می‌پردازد



نمایندگان فعال:

۱. فاطمه نصیری | ۱۱۴۱ | عسلویه، خیابان ساحلی
۲. مهدی زارع | ۱۱۶۷ | منطقه ویژه بوشهر
۳. سنا یگانه | ۱۱۹۰ | منطقه ویژه پارس جنوبی، کنگان
۴. لیلی بحرینی | ۱۲۴۵ | عسلویه، خیابان فرهنگ
۵. آمنه قائمی | ۱۳۳۳ | منطقه ویژه بوشهر
۶. نوشین پاکدین | ۱۳۱۳ | عسلویه، نخل تقی، میدان ناخدا
۷. الهه آبشیرینی | ۱۱۵۷ | منطقه ویژه بوشهر

پرداخت خسارت:

در زمینه پرداخت خسارات نیز از ابتدای سال ۹۴ تا کنون سعی بر آن داشته ایم تسریع در فرایند خسارت را انجام دهیم که از نمونه های آن می توان به حادثه آتش سوزی شناورهای اسکله بندر کنگان اشاره نمود که چند فروند شناور باری حادثه دیده را در سریعترین زمان ممکن به زیاندیدگان پرداخت نمودیم و از نمونه های دیگری باربری وارداتی موبایل، خسارت زیاندیدگان اتومبیل گناوه در یک حادثه که ۵ نفر آسیب دیده و یک نفر فوتی در اسرع وقت بلافاصله پس از صدور رای در پایان سال قبل پرداخت گردید.

تعدادی از بیمه گذاران مهم شعبه بوشهر:

- شرکت توانا صنعت مهرگان
- شرکت مهاجر جنوب جم
- شرکت ترابر راه شقایق عسلویه
- شرکت پارس حساس
- شرکت حمل و نقل مشعل خلیج فارس
- اداره دامپزشکی بوشهر
- شرکت انتقال گاز بوشهر
- شرکت مفتاح رهنورد
- شرکت اتحادیه مصالح ساختمانی
- شرکت اتحادیه لوازم یدکی
- شرکت توسعه ایستگاهی پارسه
- شرکت سپهر گستر انشان
- شرکت کوهسار کنگان
- شرکت توان تامین مهیار
- و...

معرفی شعبه بوشهر:

شعبه بوشهر از اواسط سال ۱۳۹۴ فعالیت خود را با محوریت سرپرستی مناطق ویژه اقتصادی استان بوشهر آغاز نمود.

همچنین در سرزمین اصلی استان بوشهر نیز در رشته های نظیر بیمه درمان انفرادی حسب مجوز فعالیت شرکت بیمه ای آسماری از بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران خدمات خود را گسترش داده ایم.

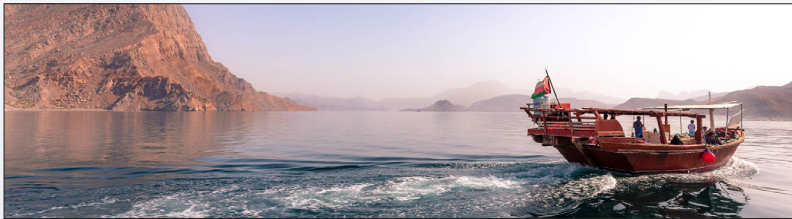
با توجه به اینکه شرکت بیمه آسماری از قوام قابل توجه هیئت مدیره به ریاست جناب آقای ایثاری و با استفاده از تجربیات ارزنده و توان تخصصی خبرگان بیمه کشور از جمله جناب آقای آیت کریمی (نائب رئیس هیات مدیره) بهره می برد و از طرفی تلاش بر این است با انعطاف پذیری، تحرک پویا، خلاقیت و ابتکار که از ویژگی های یک بنگاه بیمه خصوصی است، برای حذف بروکراسی و تشریفات خشک اداری و کوتاه کردن مسیرهای خدمت رسانی و جلب اعتماد عمومی گام برداشته شود، در این راستا به شناساندن فرهنگ بیمه و اعتلای شرکت اقدام نموده ایم.



اسامی پرسنل شعبه بوشهر:

- ۱- امید کرار - رئیس شعبه
- ۲- فریبا رضایی - کارشناس صدور
- ۳- مصطفی رجایی زاده - کارمند

سخنی دیگر:



امروزه بیمه یکی از ابزارهای مهم اقتصادی و اجتماعی و بعنوان یک صنعت، در رشد و توسعه اقتصادی پایدار کشورها نقش مهم و تأثیرگذاری دارد.

از طرفی نهادینه شدن یا درونی‌سازی ارزش‌های فردی و اجتماعی فرایندی است که طی آن فرد با کسب آگاهی و شناخت نسبت به چیزی و با الگوی رفتاری خود قرار دادن آن بدون فشار خارجی به آن عمل می‌کند، که در این راستا با تداوم و ثبات آن جزئی از شخصیت وی می‌گردد و در طول زمان ادامه پیدا می‌کند. دو راهکار کلان باید در مورد آن پیاده‌سازی شود:

راهکار اول را باورسازی است.

چراکه آن فعل و کنش که از یک نظام ارزشی یا فرهنگی نشات می‌گیرد، ابتدا باید در افکار و اذهان مردم تبدیل به یک باور شود که اراده جمعی آنان خواهان آن باشد و مطالبه پیاده‌سازی و تحقق آن را در جامعه پیدا کنند.

راهکار کلان دوم نهادسازی است،

بدین معنا که ارزش‌ها و باورها باید در قالب نهادهای سازمان‌ها و نظام‌های تشکیلاتی قرار گیرد تا بروز و ظهور خارجی پیدا کند و ثمرات و آثار آن را مردم با توجه به همان ویژگی‌ها و شاخص‌های نهادینه شدن ببینند و احساس کنند. در غیر این صورت فرایند نهادینه شدن کامل نیست و در مقام حرف و سخن باقی می‌ماند.

با این مثال که راننده ای در مسیر حرکتش با دیدن صحنه تصادف خودروهای دیگر بلافاصله به کارت بیمه نامه شخص

که رقبایا به آن نفوذ نکرده اند یا کمتر ورود داشته اند) به فروش این بیمه نامه ها با طرح های مازاد هزینه درمان و در ادامه خانواده و ... اقدام و خدمات ارزنده ای (روادید خسارت) نیز از طرف شرکت کمک رسان متعاقبا انجام پذیرفت.

بطوریکه تا پایان سال ۱۳۹۷ بیشترین صدور بیمه درمان را در بین شعب بیمه آسماری ارائه نمودیم.

آموزش بیمه و بازاریابی و فروش از دیگر برنامه هایی بوده است که طی این چند سال فعالیت شعبه بوشهر برای شبکه نمایندگان و بازاریابان داشته ایم که رشد شعبه بوشهر از ابتدا تا کنون نشان دهنده مسیر مناسب شبکه فروش شعبه و نمایندگان در راستای اهداف شرکت بیمه آسماری بوده است.

با توجه به استقرار تمامی شعب شرکت های بیمه در این استان و رقابت بسیار شدید و بعضا ناسالم چالش های زیادی ایجاد کرده است که امیدواریم با تجربه و دانش و دیدگاه جدید مدیر عامل محترم شرکت، جناب آقای یزدان دوست ، عملکردی به مناسب بهتر از قبل در بوشهر ایفاء نماییم.

ثالث خود نظری می اندازد که مطمئن شود بیمه نامه اش منقضی نشده باشد، لذا مبلغ حق بیمه پرداختی این راننده از هزینه به فایده که اطمینان و آرامش هست تبدیل می شود. همچنین زمانی این فرهنگ بیمه بطور کامل نهادینه می شود که شرکت های بیمه در ارائه خدمات به بهترین وجه عمل نمایند.

همانطور که قبلا ذکر گردید شرکت بیمه آسماری علاوه بر بهره گیری از قوام قابل توجه تجربیات ارزنده مدیران خود با تلاش بر انعطاف پذیری و حذف بروکراسی و تشریفات خشک اداری و کوتاه کردن مسیرهای خدمت رسانی و جلب اعتماد عمومی گام برداشته است تا بدین ترتیب در نهادینه سازی فرهنگ بیمه کشور نقش موثری داشته باشد.

با توجه به نقاط سرزمین اصلی استان بوشهر و طرح های مناسب بیمه انفرادی درمان که از سوی اغلب شرکت های بیمه ارائه نمی گردید از همان بدو فعالیت شعبه بوشهر در سال ۹۴ که اینجانب از بدو فعالیت شعبه بوشهر حضور داشتم، با عنایت به نیاز این بازار (در بازاریابی این منطقه بازار را اقیانوس آبی گویند

آسماری زنگ بیمه را در کیش نواخت



فراگیری دانش و فرهنگ بیمه، آن را به سرعت در خانواده ها جاری کنند. به گفته او، این مراسم که برای اولین بار در کشور برگزار شده است، می تواند پیش نیاز و زمینه ساز خوبی برای فرهنگ سازی در جهت افزایش ضریب نفوذ بیمه باشد. ناصر آخوندی معاون اقتصادی سازمان منطقه آزاد کیش نیز در این مراسم با ابزار خرسندی از حضور در جمع دانش آموزان، گفت: هر شرکت های بیمه ای که بتوانند محصولات جدید متناسب با فعالیت های اقتصادی جزیره کیش تعریف کنند، از حمایت همه جانبه سازمان برخوردار خواهد شد. در پایان این مراسم که دکتر قوامی نژاد رئیس سازمان آموزش و پرورش کیش نیز در آن حضور داشت، از طرف شرکت بیمه آسماری بسته های آموزشی ویژه ای با هدف افزایش سطح دانش بیمه ای کودکان به آنها اهدا شد.

مدیرعامل شرکت بیمه آسماری با حضور در یکی از مدارس جزیره کیش، زنگ بیمه را به صدا در آورد. به گزارش روابط عمومی شرکت بیمه آسماری، علیرضا یزدان دوست که به منظور اجرای بخشی از پروژه «ب...مثل بیمه» به کیش سفر کرده بود، در مدرسه دخترانه اندیشه حضور یافت و با دانش آموزان درباره ضرورت توسعه فرهنگ بیمه سخن گفت. وی با ابراز خرسندی از اجرای این پروژه که به منظور کمک به فرهنگ سازی برای نهادینه شدن «بیمه» به عنوان یکی از محورهای توسعه اقتصادی و اجتماعی عملیاتی شده است، اظهار کرد: می توان رویداد مشابهی را نیز در طول سال برگزار کرد تا اشاعه فرهنگ بیمه با عمق و سرعت بیشتری انجام شود. مدیرعامل شرکت بیمه آسماری همچنین به اهمیت ترویج فرهنگ بیمه در میان دانش آموزان اشاره و خاطرنشان کرد: دانش آموزان ذهن پویایی دارند و می توانند پس از



اصل حسن نیت در قراردادهای بیمه چیست؟

و اطلاعاتی که بیمه گر با تکیه بر آن می تواند میزان و درصد احتمال وقوع خطر را ارزیابی کند ، مبتنی بر همین تکیه بر حسن نیت بیمه گذار است ، در مقابل حسن نیت بیمه گذار ، بیمه گر هم باید تعهدات و وظایف خود را در هنگام صدور بیمه نامه به صورت روشن مشخص کند و از ابهام در آن جلوگیری کرده تا بیمه گذار از میزان پوشش خود آگاهی کامل داشته باشد.

در بیمه نامه ها باید تعهدات چه از لحاظ کمی و چه از لحاظ کیفی به روشنی ذکر گردد ، در واقع باید تعهدات به طور کامل معین و مشخص باشند.

اتکاء بر اصل حسن نیت به تنهایی نمی تواند پشتوانه محکمی برای تمام قراردادهای باشد بلکه هر دو طرف با سنجیدن شرایط موجود باید بتوانند در بهترین شرایط مهم ترین تصمیم گیری را داشته باشند و این حسن نیت در واقع برای آنها سوابقی ایجاد می کند که زمینه ساز اعتماد و حسن سابقه طرفین در رشته کاری خود شده و زمینه ساز پیشرفت های بیشتر طرفین معامله خواهد بود .

دیگری را نیز در نظر داشته باشد . داشتن حسن نیت در قراردادهای بیمه در واقعیت ، یک اصل اخلاقی و نیت پسندیده است که روح قراردادهای را تشکیل می دهد و به اجرای منصفانه تعهدات مورد توافق طرفین معامله کمک بسیاری می کند که در این میان انصاف و رفتار متناسب با وجدان کاری و شخصی طرفین که با صداقت کاری همراه باشد ، حتی در صورت بروز مشکلات ، صدمه و آسیبی در فرآیند همکاری ایجاد نخواهد کرد .

حسن نیت در بستن قراردادهای مساوی با نداشتن سوء نیت ، نیرنگ و فریبکاری در مورد اطلاعات قراردادهای که با شفاف سازی همراه است ، همواره مورد پسند همه طرفین معامله خواهد بود .

ضرورت حسن نیت در قراردادها

حسن نیت داشتن در قراردادهای یک اصل بنیادین است ، زیرا اساس و پایه ی تعهدات طرفین را تشکیل می دهد و از سوی دیگر ، حقایق

اصل حسن نیت یک اصل اخلاقی است که نه تنها در قراردادهای بیمه بلکه در تمام قراردادهای جایگاهی ویژه و خاصی دارد و باید مبنای کلیه قراردادهای باشد ، لذا حسن نیت در قراردادهای بیمه یک قاعده لازم در تمام مراحل قرارداد چه در اجرا و و چه در تفسیر شناخته می شود .

حسن نیت در قراردادهای بیمه

امروزه ، معنا و مفهوم حسن نیت گسترده تر از گذشته شده است و یک الگوی اخلاقی و یک ضرورت در نهاد قراردادهای محسوب می شود . در هر رابطه قراردادی ، هر طرف به دنبال منافع و سود خود می باشد و اگر هر کدام با حسن نیت کار را شروع کرده و ادامه دهند مشکلی در پایان پیش نخواهند آمد ، از این رو در هر قراردادی ، نباید طرفین همواره در معاملات خود به سود یک طرفه فکر کرده و به دنبال راهکاری برای فریب یکدیگر باشند ، باید هر یک از طرفین منافع



کانال های فروش نوین، دشمن شما نیستند

در معرض فروش آنلاین گذاشتند. پس از مدتی استارت آپ ها وارد شدند و ناگهان چندین فضای تازه برای خرید بیمه نامه پیاده سازی شد.

اکنون چندین اپلیکیشن و سایت اینترنتی در حال خدمات دهی به مشتریان و متقاضیان خرید بیمه نامه هستند، اما باید پرسد واقعا این استارت آپ ها سهم شبکه نمایندگان را به خود اختصاص داده اند؟

آنچه دیده می شود این است که اغلب این استارت آپ ها متعلق به نمایندگان فروش و کارگزاران اند. به عبارت دیگر، نمایندگان خلاق و ایده پرداز، راهکار تازه ای را علاوه بر روش سنتی فروش مستقیم ابداع کرده اند و آن هم معرفی محصول از طریق اینترنت است.

از سوی دیگر، بسیاری از مشتریان و متقاضیان خدمات صنعت بیمه، اساسا ارتباط مستقیمی با

عدم ارائه خدمات ۲۴ ساعته، نبود امکان مقایسه قیمت و ... همه از معایب خرید حضوری است، در حالی که خرید از فروشگاه های دیجیتال، این فراغت را برای مشتریان ایجاد می کنند.

پرسشی که ذهن بسیاری از فعالان صنعت بیمه را درگیر کرده، این است که آیا می تواند «بیمه» را نیز به مثابه یک کالا، وارد دنیای فروش دیجیتال کرد؟ این کار چه زیان هایی را متوجه خریدار یا فروشنده بیمه نامه خواهد کرد و اساسا پیاده سازی تبعات این فرایند جدید چیست؟

واقعیت این است که با سرعتی بیش از تصور، فروش دیجیتال نیز به صنعت بیمه پا گذاشت. این روزها کمتر کسی است که با خدمات مقایسه قیمتی و فروش آنلاین بیمه نامه آشنایی نداشته باشد.

ابتدا شرکت ها به صورت خودجوش برخی بیمه نامه ها را

همه ما لذت خرید اینترنتی را تجربه کرده ایم. انتخاب یک عطر، مقایسه قیمت چند شلوار و تغییر محتوای یک پیتزا به دلخواه خودمان، همه از لذت هایی است که خرید اینترنتی برای ما فراهم کرده است.

دیگر لازم نیست برای پرداخت یک قبض ساده تلفن، تا شعبه بانک برویم و نیم ساعتی هم منتظر بمانیم. می توانیم این کار را با تلفن همراهمان انجام بدهیم. حتی دیگر زحمت ایستادن در صف نانوایی هم به ما تحمیل نمی شود، چون با یک اپلیکیشن می توانیم از چند نانوایی مختلف، انواع نان را بخریم و آن را درب منزل تحویل بگیریم.

سوال این جاست! آیا راحتی ما در خرید انواع کالا به روش غیرحضوری و اینترنتی، آسایش را برای ما به ارمغان آورده است؟ پاسخ این است که بله! شلوغی خیابان، هزینه رفت و آمد،



کانال های فروش سنتی ندارند. این عده همان نسل جدیدند که از ابتدای تولد با تکنولوژی، اینترنت و موبایل سروکار داشته اند و گاه حتی آدرس ناوایی محل را هم نمی دانند! طبیعی است که آنها از ظرفیت های جدید ایجاد شده در بسترهای نوین برای خرید خدمات خود استفاده می کنند، در حالی که بسیاری از مشتریان کنونی بازار بیمه کشور، اساس از این قشر نیستند.

آنچه مدنظر این نوشتار است، این است که هر کدام از روش های فروش، مشتری خاص و ویژه خود را دارد. البته به مرور زمان و با تغییر نسل، روش های تعامل مشتریان با بیمه گران تغییر خواهد کرد، همان طور که به صورت موازی در نظام بانکی این تحول رخ داد.

اکنون دیگر بسیاری از مردم هرگز به شعب بانک ها مراجعه نمی کنند و خدمات خود را به صورت غیرحضوری دریافت می کنند؛ طبیعی است که همزمان با این تغییر، بسیاری از نیروهای نظام بانکی نیز به فکر ابداع روش های تازه ای برای درآمدزایی افتاده اند و خلاقیت خود را در فعالیت های دیگری به کار گرفته اند.

استارت آپ ها، روش های نوین فروش بیمه و اساسا راهکارهای جدید بیمه گری، دشمن بیمه گران نیستند، بلکه برای فروش بیشتر و کیفی تر کمک می کنند.





لطفاً مشتری را رهان کنید



پیشنهادهای تازه ای برای خرید بیمه نامه بدهد.

۴) ایجاد رابطه کاری دو طرفه

هر مشتری، یک شغل دارد. فرض کنید امروز لوله آب دفتر نماینده بیمه به تعمیر نیاز دارد. او می تواند به سادگی به بانک اطلاعاتی خود مراجعه کرده و از میان بیمه گزارانش، کسی که با این کار آشناست را پیدا کند. این روش تعاملی دو طرفه، باعث می شود مشتری خودش را در یک رابطه کاری واقعی احساس کند.

۵) دعوت به چای!

دفتر کار بسیاری از نمایندگان شرکت های بیمه، در مراکز عمومی و حتی کنار خیابان ها و کوچه هاست. این فرصت بسیار مهمی برای فروش است، چرا که روزانه صدها نفر از کنار این مکان عبور می کنند. تصور کنید یک نماینده بتواند فقط روزانه ۱۰ درصد از عابران را برای صرف چای به دفترش دعوت و توضیحاتی پیرامون خدمات شرکت های بیمه ارائه کند. این روش که پیش از این توسط بسیاری از فروشندگان بیمه نامه امتحان شده، به شدت موثر است.

بار بیمه نامه خریده اند. با این روش های آسان می توان مشتری کنونی را به یک مشتری وفادار تبدیل کرد.

۱) یادآوری

بسیار دیده شده که مشتریان تاریخ انقضای بیمه نامه های مدت دار خود را فراموش کرده اند، در حالی که شرکت هم به صورت سیستماتیک این موضوع را یادآوری نکرده است. یک نماینده فروش می تواند خودش این کار را انجام دهد.

۲) ارسال پیام های دوستانه

بسیاری از ما برای دوستانمان پیام هایی حاوی تبریک، تسلیت، یادآوری و ... ارسال می کنیم. چرا این پیام ها را برای مشتریانمان ارسال نکنیم. البته در این روش باید آداب معاشرت را به درستی رعایت کنیم، اما واقعیت این است که بسیاری از مشتریان ما، به صورت بالقوه دوستان ما هستند.

۳) معرفی طرح های جدید

نماینده نباید با فروش یک بیمه نامه، مشتری را رهان کند. او می تواند به بهانه های مختلف، در زمان اجرای طرح های ویژه و یا در مناسبت های خاص، با مشتری فعلی خود تماس بگیرد و به او

این روزها شما اگر به یک لباس فروشی، آژانس مسافرتی، کمپانی خودروسازی و یا امثال آنها مراجعه کنید، در گام نخست از شما یک شماره موبایل می گیرند. چرا؟ برای این که شما را در باشگاه مشتریان عضو کنند!

باشگاه مشتریان یا

Customers Club یکی از

مهمترین دستاوردهای فروش

در دوره نوین است

که می تواند در آن واحد همه

اعضا را از یک مطلب واحد با

خبر کند، آنها را به خرید ترغیب

کند و یا طرح های ویژه فروش

برای آنها در نظر بگیرد.

این البته روش سازمانی باشگاه مشتریان است؛ اما واقعا همه چیز به این روش خلاصه می شود؟ واقعیت این است که فروش بیمه نامه، بیش از آن که تابع «سازمان» باشد، از روش های فردی تبعیت می کند. این نماینده و عامل فروش بیمه نامه است که می تواند با مشتری ارتباط چهره به چهره برقرار کرده و او را به خرید بیمه نامه تشویق کند.

آن چه در پی می آید، چند راهکار ساده برای ایجاد ارتباط بیشتر با مشتریانی است که دست کم یک

پاسخ به ۱۰ سوال پرتکرار برای مشتریان بیمه عمر

نترسید؛ پرسید!

اگر تنها ۵ درصد درآمد ماهیانه اش را برای خرید یک بیمه نامه عمر هزینه کند، می تواند یک بیمه نامه معمول و متعارف خریداری کند. حالا باید پرسید، واقعا می توان این رقم ناچیز را در بانک سپرده گذاری کرد؟ اساسا این امکان هست که هر ماه به بانک مراجعه کنیم و یک مبلغ کم را برای افتتاح سپرده بپردازیم؟ حتی اگر این امکان هم وجود داشته باشد، بانک به این سپرده چه میزان سود پرداخت می کند؟

این در حالی است که شرکت بیمه همه این مبالغ خرد را از مشتریان دریافت می کند و آن را به نیابت از مشتریان در بانک سپرده گذاری می کند.

از سوی دیگر، بیمه نامه عمر پوشش های دیگری مانند از کارافتادگی، درمان بیماری های خاص و ... دارد که حساب بانکی هیچ کدام از آنها را ندارد.

سوال دوم: از کجا معلوم در پایان قرارداد بلند مدت من، شرکت بیمه طرف قرارداد وجود داشته باشد؟ اگر شرکتی وجود نداشت، پولم را از کجا

ساده پاسخ داد، اما نکته جالب توجه این است که این سوالات، معمولا بعد از فروش بیمه نامه عمر به ذهن مشتریان خطور می کند. آنها ابتدا با این تصور که «امروز پولی پرداخت می کنم و چند سال بعد چند برابر آن را دریافت می کنم» برای خرید این بیمه نامه اقدام می کنند، اما کمی به سوالات تازه ای بر می خورند که آنها را به چالش می کشد.

یک فروشنده حرفه ای بیمه نامه عمر، چند سوال متداول که برای بیمه گزاران پیش آمده و پاسخ به آنها را برای ما روایت کرده است. مطالعه این پرسش و پاسخ ها می تواند ما را از دیدگاه یک مشتری به حل مساله نزدیک تر کند.

سوال نخست: چرا باید به جای این که پولم را در بانک بگذارم و سود ماهیانه اش را دریافت کنم، بیمه نامه عمر بخرم تا در درازمدت به پولم سودی تعلق بگیرد؟

پاسخ: سرمایه گذاری در بیمه عمر از فرمول «پول کم و مدت زیاد» تبعیت می کند. یک بیمه گزار

بسیاری از فروشندگان «بیمه» با این سوال در ذهنشان مواجه شده اند که **«چطور به یک مشتری**

بیمه عمر بفروشم؟»

این سوال از این جهت پرتکرار است که مردم عموما خدمات بیمه اتومبیل را با چشم دیده اند، از خدمات بیمه عمر اطلاع چندانی ندارند.

از این روست که هنگام شنیدن

جملاتی مانند **«این بیمه**

نامه در بلند مدت به

شما سود می دهد» یا

«با داشتن این بیمه

نامه نگران فوت کردن

نباشید!»، واکنش های مطلوبی

از سوی مشتریان دریافت نمی شود.

اغلب مردم به این فکر می کنند

که **«واقعا چرا باید بیمه**

نامه عمر بخریم، در حالی

که می توانیم پولمان را در

بانک پس انداز کنیم» یا

این که **«اصلا از کجا معلوم**

این شرکت بیمه تا چند

سال آینده وجود داشته

باشد.»

بسیاری از سوالاتی که در ذهن

مشتریان هست را می توان خیلی

بگیرم؟

پاسخ: بیمه مرکزی به عنوان نماینده دولت، تعهدات همه شرکت های بیمه را تضمین می کند، بنابراین در بدترین حالت ممکن، اگر شرکتی حتی از بین برود، ورشکسته شود و یا به هر دلیلی نتواند تعهداتش را ایفا کند، بیمه مرکزی سازوکار لازم برای بازگرداندن منابع بیمه گزاران را می اندیشد.

سوال سوم: اگر در طول قرارداد به پولم نیاز داشتم، چه کار می توانم بکنم؟

پاسخ: می توانید با یک مراجعه ساده به شرکت، مبلغ قابل توجهی از اندوخته خود را وام بگیرید و یا در بدترین حالت، همه پول به همراه سود آن را به طور کامل دریافت و بیمه نامه را بازخرید کنید.

سوال چهارم: اگر در طول دوره قرارداد فوت کردم، چه اتفاقی خواهد افتاد؟

سرمایه فوت به همراه اندوخته بیمه نامه به ذینفعان معرفی شده خواهد رسید.

سوال پنجم: بعد از مرگم، سرمایه فوت و اندوخته بیمه نامه به چه کسی می رسد؟

پاسخ: این کاملاً در اختیار بیمه گزار است. او می تواند مشخص کند که این مبالغ چگونه تقسیم شود. بیمه گزار می تواند همسر، فرزندان، پدر و مادر و یا هر شخص دیگری را به عنوان ذینفع بیمه نامه معرفی کند و حتی سهم آنها را تغییر دهد.

سوال ششم: اگر در طول دوره قرارداد فوت نکردم، چه می شود؟

پاسخ: اندوخته بیمه نامه به صورت کامل در دو شکل نقد یا به شکل مستمری بلند مدت در اختیار بیمه گزار قرار می گیرد.

سوال هفتم: مالیات بیمه های عمر چقدر است؟

پاسخ: بیمه عمر مالیات ندارد. حتی مالیات بر ارث که به سپرده های بانکی تعلق می گیرد نیز از مانده این بیمه نامه دریافت نمی شود؟

سوال هشتم: سرپرست خانوار یا اعضای خانواده؛

کدام باید بیمه نامه عمر داشته باشند؟

پاسخ: انتخاب با خود شماست. داشتن بیمه نامه عمر برای همه الزامی است.

سوال نهم: برای قسط بیمه نامه چقدر در نظر بگیریم؟

پاسخ: همه چیز در اختیار شماست. نماینده شرکت متناسب با توان پرداختی شما، دوره پرداخت اقساط، میزان سرمایه فوت مد نظرتان، طول دوره قرارداد و ... جدولی در اختیار شما قرار می دهد. این جدول کاملاً قابل تغییر است و کم و زیاد شدن پارامترها، نتایج آن نیز تغییر می کند. می توانید آن قدر این عددها را تغییر دهید تا به نقطه مطلوب برسید.

سوال دهم: از چه شرکتی بیمه نامه عمر بخریم؟

پاسخ: از شرکتی مورد تایید نهادهای رسمی باشد، خوشنام باشد و به سوالات شما به طور کامل پاسخ بدهد! اطلاعات مالی شرکت ها را بررسی کنید و بعد تصمیم بگیرید.

«آسماری» پنج سال در قله «توانگری»

شرکت هایی که در سطح یک توانگری و وضعیت مطلوب قرار دارند، نسبت توانگری آنها برابر ۱۰۰ درصد و بیشتر است، بنابراین چنین شرکت هایی برای ایفای تعهدات خود در مقابل بیمه گزاران و صاحبان حقوق آنها از توانایی کافی برخوردارند.

اما موضوع به همین جا ختم نشده است، چرا که نهاد ناظر به عموم مردم و بیمه گزاران توصیه کرده به سطح توانگری مالی شرکت های بیمه که توسط بیمه مرکزی تایید و اطلاع رسانی شده به عنوان یکی از معیارهای اصلی انتخاب بیمه گر خود توجه کنند.

در واقع با اعلام سطح توانگری شرکت های بیمه، بیمه گزاران به معیار مناسبی برای ارزیابی شرکت ها دست پیدا می کنند و می توانند با خیال آسوده، طرف قرارداد خود در عملیات بیمه گری را انتخاب کنند.

ایران و بیمه گری و در اجرای ماده ۱۱۴ قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۴-۱۳۹۰)، در جلسه مورخ ۱۳۹۰/۱۱/۲۶ آیین نامه نحوه محاسبه و نظارت بر توانگری مالی موسسات بیمه را تصویب کرد. بر اساس آنچه در همین آیین نامه آمده است، «توانگری مالی» در واقع توانایی مالی موسسه بیمه برای پوشش ریسک های پذیرفته شده خود است. نسبت توانگری مالی (Solvency Margin Ratio: SMR) نیز نسبتی است که مقدار توانگری مالی مؤسسه بیمه را اندازه می گیرد و از تقسیم مبلغ سرمایه موجود بر مبلغ سرمایه الزامی به دست می آید.

توانگری مالی به چه کار می آید؟

بیمه مرکزی اعلام کرده است

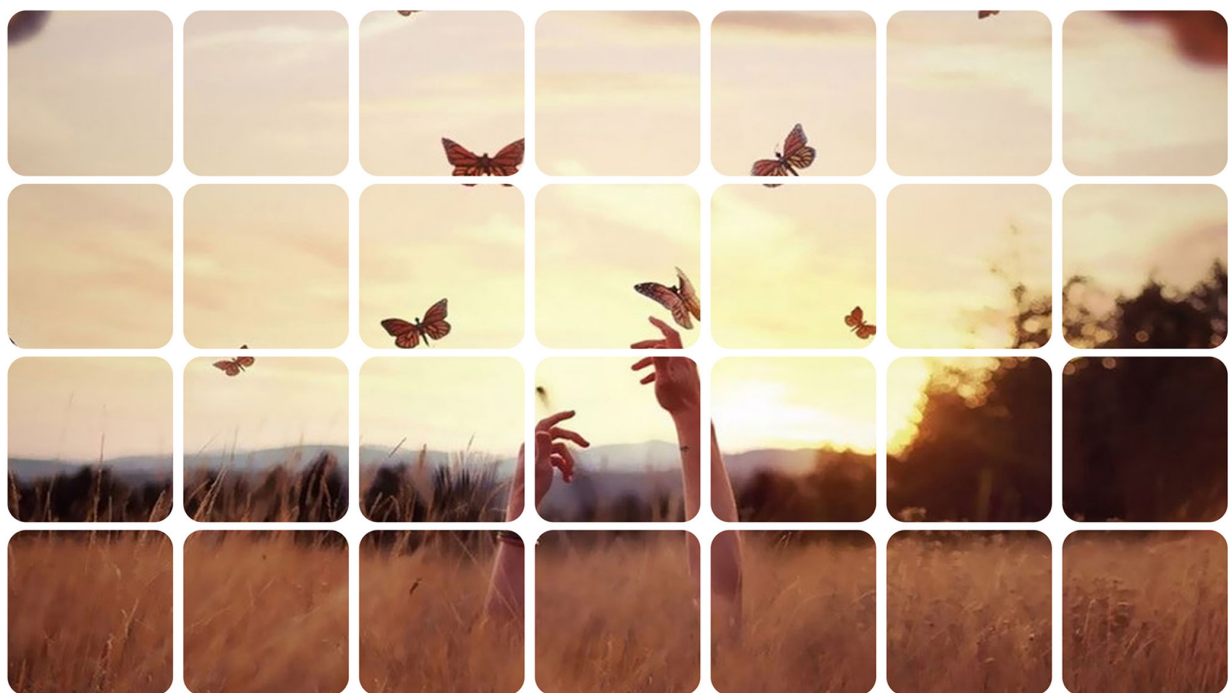
شرکت بیمه آسماری برای پنجمین سال متوالی توانست سطح یک توانگری را از آن خود کند.

پس از این که با اعلام بیمه مرکزی، شرکت بیمه آسماری توانست طی سال های ۱۳۹۴، ۱۳۹۵، ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ در سطح یک توانگری قرار بگیرد و نسبت توانگری بیش از ۱۰۰ درصد را برای خودش ثبت کند، تازه ترین اطلاعات دریافتی نشان می دهد این شرکت در سال ۱۳۹۸ نیز همین موقعیت را برای خودش تثبیت کرده است.

سطح یک، بالاترین سطح توانگری است که یک شرکت بیمه می تواند دریافت کند.

توانگری مالی چیست؟

شورای عالی بیمه در اجرای بند ۵ ماده ۱۷ و با توجه به مواد ۴۰ و ۵۹ قانون تاسیس بیمه مرکزی



www.asmari-insurance.com



بیمه درمان پلاس



بیمه درمان



بیمه اتومبیل



بیمه مسافرتی



بیمه عمر



بیمه نفت و انرژی



بیمه مسئولیت



بیمه آتش سوزی



بیمه چتر مراقب



بیمه باربری



بیمه مهندسی

