

بولتن ویژه نمایندگان بیمه آسماری

# خانواده آسماری

شماره ۱۶ . فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰

🏠 [www.asmari-insurance.com](http://www.asmari-insurance.com)

علیرضا یزدان دوست

مدیرعامل شرکت بیمه آسماری؛

بازارسازی، حلقه مفقوده صنعت بیمه

بیمه آسماری

Asmari insurance



## فروش بیمه نامه های مهندسی و مسئولیت تقویت می شود



شبکه فروش آسماری از تجربه عرضه بیمه نامه های مسئولیت و مهندسی گفتند؛

«اعتماد» بیمه گزار و «دانش» نمایندگان

راز موفقیت در فروش است

# خانواده آسماری

شماره ۱۶ . فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰

## با هم خانگیست



### همکاران این شماره

مدیر مسئول: علیرضا یزدان دوست

ناشر: روابط عمومی

سر دبیر: راضیه تاجیک

ویراستار: سها بحرپیما

امور مشترکین: سمیه دهقان

مدیر هنری: محمد جواد احمدیان

آدرس: تهران، خیابان گاندی جنوبی،

خیابان ۱۱ (شهاب)، پلاک ۱۹

کد پستی: ۱۵۱۷۷۵۶۶۱۱

تلفن: ۰۲۱.۴۳۴۱۷ فکس: ۰۲۱.۸۶۰۸۸۴۱۰

@asmari\_ins

asmari\_ins

از کلیه همکاران عزیز دعوت می شود تا با پیوستن به کانال بیمه آسماری از آخرین اخبار آگاهی یابند.

www.asmari-insurance.com  
info@asmari-insurance.com



یادداشت سردبیر

۲/ دنیای نوین بیمه گری

علیرضا یزدان دوست، مدیرعامل شرکت بیمه آسماری؛

۳/ بازارسازی، حلقه مفقوده صنعت بیمه

با مدیریت «الهام جلیوی» در بیمه آسماری؛

۴/ فروش بیمه نامه های مهندسی و مسئولیت تقویت می شود

پرسش و پاسخ؛

۸/ بیمه مسئولیت، رافع مسئولیت ها نیست

۱۱/ تأثیر شیوع ویروس کرونا بر بیمه های مسئولیت

شبکه فروش آسماری از تجربه عرضه بیمه نامه های مسئولیت و مهندسی گفتند؛

۱۳/ «اعتماد» بیمه گزار و «دانش» نمایندگان، راز موفقیت در فروش است

بررسی عملکرد شعب؛

۱۶/ رتبه بندی شعب بیمه آسماری در فروردین ماه ۱۴۰۰

۱۷/ سلامت دیگران، مسئولیت اجتماعی ماست!

آسماری از نگاه مشتریان؛

۱۸/ حق بیمه خوب در کنار پرداخت خسارت مطلوب

خبرها؛

۱۹/ تاکید مدیران عامل شرکت بیمه آسماری و منطقه آزاد کیش بر توسعه همکاری ها

۱۹/ آغاز عرضه بیمه درمان تکمیلی بیمه آسماری با پوشش کرونا

۲۰/ انتصاب مدیر تحقیق و توسعه

۲۰/ انتصاب مدیر بیمه های مسئولیت و مهندسی

۲۰/ روابط شرکت بیمه آسماری و پژوهشگده بیمه گسترش می یابد



# دنیای نوین بیمه گری

امروز دیگر نه لباس های مردم مثل لباس های یک دهه پیش است، نه غذاها، نه طرز حرف زدن و نه روش درس خواندن! تکنولوژی، همه چیز را تحت تاثیر قرار داده و سرعت تغییرات در بسیاری موارد از یک دهه و یک سال، به یک هفته و شاید یک ساعت رسیده است.

بازار نیز پیوسته در حال تغییر و تحول است و عرضه و تقاضا، به سرعت نیازهای تازه ای را شکل می دهد. بسیاری از کالاهایی که تا چندی پیش از ضروریات زندگی بودند، این روزها محلی از اعراب ندارند و جای خود را به کالاهای دیگر داده اند.

بازار بیمه کشور نیز از این قواعد مستثنا نیست و ضرورتا باید خود را با پیشرفت و توسعه همه ابعاد جامعه، تطبیق بدهد، اما واقعا این گونه بوده است؟

آیا روش های فروش بیمه در کشور ما طی سالهای متمادی تغییر کرده است؟ آیا رشته های بیمه ای متناسب با نیازهای جامعه به روز شده اند؟ آیا سرعت عمل بیمه گران برای برآورده کردن نیازهای بیمه گزاران را شاهد بوده ایم؟

پاسخ به این سوالات می تواند دریچه های تازه به روی بیمه گران باز کند. امروز دیگر بیمه گزاران نه تنها علاقه ای به حضور در محل فروش بیمه نامه ندارند، بلکه زمان و حوصله کافی برای پر کردن فرم های بلندبالای پیشنهاد را هم در خود نمی بینند. امروز همه به دنبال سرعت و دقت در نهایت راحتی امور هستند و ترجیح می دهند نیازهایشان را نه از طریق حضور فیزیکی، بلکه از طریق اینترنت و اپلیکیشن های موبایلی فراهم کنند.

با شیوع بیماری کرونا، کم و بیش ارائه خدمات به روش های غیر حضوری، خواسته یا ناخواسته به همه ارائه دهندگان خدمات تحمیل شد و حالا مشخص شده است که بسیاری از رفت و آمدهای پیش از این، حقیقتا ضروری نبوده است.

حذف بیمه نامه های کاغذی و برنامه ریزی برای فروش الکترونیکی بیمه نامه، نشان داد که می توان با تغییر دادن سنت های پیشین، نه تنها منافع ذینفعان صنعت بیمه را حفظ کرد، بلکه می توان با کاهش هزینه ها، نمود تازه ای از فعالیت در این حوزه را عیان کرد.

بدون شک بیمه گران ایرانی در سالی که گذشت، به دنیایی تازه ورود کردند. آنها نه تنها ریسک نوین و موثر کرونا را تجربه کردند، بلکه به سرعت خود را با آن تطبیق داده و محصولات مرتبط را طراحی و عملیاتی کردند. بیمه گران ایرانی که سالها با فروش از طریق کاغذ خو گرفته بودند، اکنون پرسشنامه های الکترونیکی را دریافت و اعتبارسنجی می کنند و بر اساس آن خسارت هم می پردازند.

دنیای نوین بیمه گری برای بیمه گران ایرانی گرچه باعث خرق عادت شده، اما مزایای بیشماری داشته است که در آینده نه چندان دور نتایج حاصل از آن یکی پس از دیگری آشکار می شود. این روند را باید به فال نیک گرفت و به دنبال تغییرات بنیادی تر و بزرگتر در صنعت بیمه کشور بود.



راضیه تاجیک  
مدیر بازاریابی و برندینگ



بیمه آسماری

بولتن ویژه نمایندگان

شماره ۱۶، فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰

www.asmari-insurance.com



علیرضایزدان دوست، مدیرعامل شرکت بیمه آسماری؛

## بازارسازی، حلقه مفقوده صنعت بیمه

«بازارسازی» را می توان حلقه مفقوده صنعت بیمه کشور دانست. اکنون بسیاری از فعالان اقتصادی و تجاری کشور نه تنها به رشته ها و پوشش های بیمه ای موجود آشنایی ندارند و نسبت به خدمات بیمه گران در روزهای سخت خسارت بی خبرند، بلکه امکان طراحی محصولات جدید را نیز غیرممکن می دانند.

در طول یک سال اخیر، برخی بیمه گران از جمله بیمه آسماری توانستند متناسب با شرایط روز، رشته های تازه ای طراحی و اجرا کنند. فارغ از این که این رشته ها تا چه اندازه همسان با نیازهای جامعه بود و چقدر از سوی مخاطبان مورد استقبال قرار گرفت، اما اصل ماجرا این است که ذینفعان صنعت بیمه نسبت به محصولات کنونی از نظر ذهنی اشباع شده اند.

حتی گاه ثابت ماندن عنوان رشته های بیمه ای مثل آتش سوزی که چندین پوشش تبعی دیگر را نیز می توان به آن اضافه کرد، باعث شده است که بسیاری از مردم با پیشینه ذهنی عدم رخداد آتش سوزی در بسیاری مناطق، نسبت به خرید آن اقدام نکنند!

تحقیقات نشان می دهد بازارسازی، می تواند تاثیر به سزایی در روند رشد یک صنعت داشته باشد. با این ابزار می توان علاوه بر طراحی محصولات جدید، مشتریان را به خرید سبکی از خدمات ترغیب کرد و در نتیجه ضمن افزایش ضریب نفوذ بیمه، آرامش خاطر بیشتری نیز برای جامعه به ارمغان آورد.

به نظر می رسد در شرایط کنونی، شرکت های بیمه ای در کنار واحدهای بازاریابی و توسعه محصول، نیازمند واحدی با هدف بازارسازی نیز هستند تا با ایجاد تغییرات بنیادین در روش های عرضه و حتی نیازسنجی محصولات، این صنعت بزرگ را بیش از پیش رشد دهند.

به جرات می توان گفت بخش عمده فعالیت امروز بیمه گران ایرانی بر محور عرضه محصولات موجود و دریافت تقاضاهای تثبیت شده است. همان چیزی که «دست اندازی به سهم دیگران از کیک ثابت بیمه ای» خوانده می شود.

اما سوال این است که در دنیای بزرگ صنعت، خدمات و تجارت کشور، هیچ نیاز بیمه ای تازه ای ایجاد نشده است؟ با افزایش صادرات غیرنفتی کشور که تقریباً معادل کل نیاز وارداتی است، آیا حجم عملیات بیمه گران ایرانی نیز رشد کرده است؟ آیا کسی به این فکر کرده است که چرا با وجود حجم گسترده خدمات بیمه گران در ایران، هنوز هم کسانی هستند که این خدمات را «شوخی» می خوانند؟

واقعیت این است که صنعت بیمه کشور ما همان قدر که به توسعه کمی نیاز دارد، توسعه کیفی را نیز باید در دستور کار قرار دهد. در شرایطی که رشته های بیمه ای چون مهندسی، مسئولیت، پول، اعتبار و ... حجم بسیار کمی از پرتفوی کل صنعت را تشکیل می دهند، چندان نمی توان به تغییر شرایط کنونی امیدوار بود. اتکا به رشته های بیمه ای پر درآمد و البته پر خسارت که به صورت روزمره شرکت ها را از منابع پر و خالی می کند، نمی تواند چشم انداز دقیقی برای توسعه صنعت در اختیار بیمه گران قرار دهد.

در حال حاضر اغلب بیمه گران به دنبال بازاریابی محصولات کنونی خود هستند و ترجیح می دهند از ابزارهای موجود برای فروش استفاده کنند. گرچه ایجاد تغییر در کانال های فروش توانسته تا حدودی روندهای موجود را از رکود جدا کند، اما واقعیت این است که بازار هزاران هزار میلیاردی بیمه کشور، نیازمند تحولی اساسی در روش هاست.



با مدیریت «الهام جلوی» در بیمه آسماری؛

## فروش بیمه نامه های مهندسی و مسئولیت تقویت می شود

چرا بیمه های مسئولیت یا مهندسی در کشور ما با اقبال چندانی مواجه نیستند؟ چرا با وجود الزام های قانونی، مردم هنوز نسبت به این بیمه نامه ها آشنایی ندارند و چرا سهم این دو رشته در پرتفوی شرکت بیمه آسماری هنوز به نقطه مطلوب نرسیده است. پاسخ به این سوالات و اطلاعات بیشتری درباره پوشش های این دو بیمه نامه را در گفت و گو با «الهام جلوی» مدیر بیمه های مسئولیت و مهندسی شرکت بیمه آسماری بخوانید.

ناشی از نا آگاهی مردم نسبت به کلیت مزایای بیمه است.

حال اگر وارد رشته های بیمه ای شویم، می بینیم که رشته ای مانند مسئولیت و مهندسی، بسیار ناشناخته اند. معتقدم بیمه گران و شبکه فروش، هنوز نتوانسته اند اطلاع رسانی کافی درباره فواید این بیمه نامه ها و لزوم خرید آنها داشته باشند، کما این که بخش قابل توجهی از شبکه فروش هم نسبت به پوشش های این بیمه نامه اطلاعات چندانی ندارند.

شاید چون اجباری در کار نیست.

با وجود این که بیمه مسئولیت دامنه فراگیری دارد، اما هنوز به جز بیمه نامه شخص ثالث که نوعی از بیمه مسئولیت و البته اجباری است، سایر حوزه های این رشته در میان عموم مردم ناشناخته اند. به نظر شما چرا چنین شرایطی حاکم است؟

به طور کلی فرهنگ عمومی در کشور ما نسبت به موضوع بیمه بیگانه است. البته چند سالی است که اطلاع رسانی درباره مفهوم بیمه در کشور توسعه یافته است، اما هنوز با نقطه مطلوب فاصله زیادی داریم. ضریب نفوذ بیمه در کشور ما کم است و این



فروش تخصصی تربیت کنیم. اگر نگاهی به صنعت بیاندازیم، می بینیم که سهم بیمه‌های مهندسی و انرژی ۵،۳ درصد و سهم بیمه‌های مسئولیت ۴،۷ درصد از کل فروش است. در اکثر شرکت های بیمه درصد کمی از نمایندگان اقدام به فروش بیمه های مهندسی و مسئولیت می کنند و آن دسته از شبکه فروشی که در این دو حوزه فعالند هم غالباً فروش این رشته ها را به صورت تخصصی انجام می دهند. ستاد باید بتواند با برگزاری دوره های آموزشی و انگیزشی، اطلاعات اولیه و کلیات مربوط به بیمه‌نامه‌های مهندسی را به شبکه فروش منتقل کرده و سپس با پشتیبانی از ایشان در جلسات مذاکره با بیمه گزار، کم کم سطح دانش شبکه فروش رو بالا برده و توانایی آنها را در ارائه و فروش محصول تقویت کند.

### محل بازاریابی بیمه نامه های مهندسی و مسئولیت کجاست؟

بیمه نامه مهندسی را برای پروژه های در حال احداث و یا در حال بهره برداری می توان ارائه کرد. پروژه های عمرانی در راهداری ها، شهرداری ها، آب و فاضلاب، صنایع کوچک و بزرگ و ... اجرایی می شوند، لذا همچنان که می توان برای مگا پروژه های ملی مانند احداث پالایشگاه و صنایع پتروشیمی بیمه نامه فروخت، برای پروژه ها کوچک مانند جدول کشی یا رنگ کردن جداول کنار خیابان هم می توان بیمه نامه صادر کرد. نکته حائز اهمیت این است که با توجه به اینکه تمام این امور از طریق انعقاد قرارداد به پیمانکار محول می شود، خرید بیمه‌نامه مهندسی برای آنها الزامی است.

بیمه نامه مهندسی، تمام خطر است و خطر معین ندارد. بیمه نامه ای که برای پروژه در حال احداث صادر می شود، بیمه نامه تمام خطر نصب یا پیمانکاری است. شکل تمام خطر نصب در مواقعی کاربرد دارد که ماشین آلات در حال نصب، ارزشی بیش از دستمزد پیمانکار داشته باشد. شکل دیگر این بیمه نامه که تمام خطر پیمانکاری است، زمانی قابل استفاده است که ارزش ماشین آلات کمتر بوده و ماهیت کار، بیشتر اجرایی است.

ستاد باید بتواند با برگزاری دوره های آموزشی و انگیزشی، اطلاعات اولیه و کلیات مربوط به بیمه نامه های مهندسی را به شبکه فروش منتقل کرده و سپس با پشتیبانی از ایشان در جلسات مذاکره با بیمه گزار، کم کم سطح دانش شبکه فروش رو بالا برده و توانایی آنها را در ارائه و فروش محصول تقویت کند.

اتفاقاً به اشتباه همه فکر می کنند تنها بیمه نامه اجباری، بیمه نامه شخص ثالث است، در حالی که این طور نیست.

بر اساس ماده ۱۴ قانون تملک آپارتمان ها، مدیر یا مدیران آپارتمان ها مکلفند تمام بنا را به عنوان یک واحد در مقابل آتش سوزی بیمه کنند و در صورت عدم اقدام و بروز آتش سوزی، مدیر یا مدیران مسئول جبران خسارات وارده هستند.

همچنین بر اساس ماده ۲۱ شرایط عمومی پیمان، پیمانکار مکلف است پیش از شروع کار، تمام یا آن قسمت از کارهای موضوع پیمان را که در اسناد و مدارک پیمان تعیین شده است، در مقابل مواردی از حوادث مذکور در اسناد یاد شده به نفع کارفرما نزد موسسه ای که مورد قبول کارفرما باشد، بیمه کرده و بیمه نامه ها را به کارفرما تسلیم کند. پس خرید بیمه‌نامه مهندسی برای یک پروژه اجباری است.

بیمه مسئولیت کارفرما در قبال کارکنان هر چند الزام قانونی ندارد، اما چون مسئولیت حوادث حین کار تمامی کارکنان وفق ماده ۹۵ قانون کار بر عهده کارفرماست، لذا خرید بیمه نامه برای تمام کارفرمایان مورد نیاز است.

### پس چرا شبکه فروش، مردم را نسبت به این موضوعات آگاهی نمی دهد؟

متأسفانه شبکه فروش اطلاعات کافی در این زمینه ندارد. از دیدگاه من، لازمه یک بازاریابی موفق، قبل از دانستن فنون مذاکره و بازاریابی، دانستن اطلاعات کافی درباره محصول یا خدمتی است که قرار است فروخته شود.

### یعنی شبکه فروش به داشتن اطلاعات در این زمینه ها علاقه ندارد؟

بیمه های مسئولیت و مهندسی بسیار متنوع اند و تسلط به تمامی زیر رشته های آن زمان بر است. همین باعث شده است که شبکه فروش چندان به کسب اطلاعات درباره آنها علاقه نشان ندهد. البته این وظیفه ماست که نسبت به ارائه آموزش های لازم اقدام کرده و راه های ترغیب شبکه فروش را پیدا کنیم. به عنوان مثال «کارمزد» خیلی خوبی که برای فروش بیمه های مسئولیت در نظر گرفته شده است، انگیزه زیادی برای شبکه فروش ایجاد می کند، اما این موضوع در بیمه های مهندسی صادق نیست.

### ستاد شرکت های بیمه در این زمینه چه نقشی دارند؟

نقش ستاد در ترغیب نمایندگان و شعب، به فروش این بیمه نامه مهم است. با این حال من معتقدم باید برای فروش بیمه نامه مسئولیت و مهندسی، شبکه



## حتی برای آپارتمان‌های کوچک در حال ساخت هم می‌توان از این نوع بیمه نامه‌ها فروخت؟

بله. ریسک یک پروژه ساختمانی از زمان تخریب ساختمان قدیمی آغاز می‌شود و تا زمان اتمام کامل ادامه خواهد داشت. در هر کدام از مراحل تخریب، خاکبرداری، اجرای فونداسیون، سفت کاری و نازک کاری، امکان فروش بیمه نامه هست و این در اختیار کارفرماست که بیمه نامه را برای چه زمانی خریداری کند. در نتیجه می‌توانیم بگوییم که نماینده باید به اطراف خود حساس باشد و هر آنچه می‌گذرد را زیر نظر بگیرد.

## این کار به زحمتش می‌ارزد؟

بله حتما. بیشترین کارمزد فروش رشته‌های بیمه مربوط به رشته مسئولیت است و همین موضوع می‌تواند عنصر جذابی برای فروشندگان بیمه باشد. ضمن اینکه نماینده موفق پرتفوی خود را در تمام رشته‌های بیمه توزیع می‌کند. اخذ پرتفوی برخی بیمه‌گذاران از طریق ورود به بیمه‌های مسئولیت یا مهندسی است.

## برای فروش بیمه‌های مسئولیت باید چه مواردی را مد نظر داشت؟

بیمه‌های مسئولیت دامنه وسیعی دارند. واقعیت این است که وقتی یک نماینده بیمه نامه شخص ثالث می‌فروشد، می‌تواند اطلاعات شغلی و یا فعالیت اجتماعی بیمه‌گذار را دریافت کرده و متناسب با آن، بیمه نامه مسئولیت مورد نیاز را نیز پیشنهاد کند.

هر کس به واسطه فعالیت اجتماعی یا شغل خود، مسئولیت‌هایی دارد. ما اکنون برای پزشکان، مهندسان، وکلا، مدیران، حسابرسان و ... بیمه نامه مسئولیت حرفه‌ای داریم. این بدان معناست که اگر صاحب شغل در اجرای وظایف خود اشکال یا خطایی غیرعمدی داشته باشد که در اثر آن به دریافت‌کننده خدمات، خسارتی وارد شود، می‌تواند این خسارت را از طریق قرارداد بیمه‌ای جبران کند.

**بیمه‌های مسئولیت دامنه وسیعی دارند. واقعیت این است که وقتی یک نماینده بیمه نامه شخص ثالث می‌فروشد، می‌تواند اطلاعات شغلی و یا فعالیت اجتماعی بیمه‌گذار را دریافت کرده و متناسب با آن، بیمه نامه مسئولیت مورد نیاز را نیز پیشنهاد کند.**

همچنین صاحبان رستوران‌ها، هتل‌ها، مراکز آموزشی، شهرسازی‌ها و ... نیز می‌توانند مسئولیت خود را در قبال حوادثی که برای مراجعین کنندگان به محل ایشان ممکن است اتفاق بیفتد بیمه کنند. شرکت بیمه آسماری در این زمینه بیمه‌نامه جامعی با عنوان بیمه مسئولیت حرفه‌ای مالکان شناور دارد که به خوبی مورد استقبال جامعه هدف قرار گرفته است.

این که گفته می‌شود داشتن بیمه نامه مسئولیت، رافع مسئولیت بیمه‌گذار در قبال مخاطرات و خسارات است، واقعیت دارد؟ مثلا در دوره شیوع کرونا، ادعا می‌شود که چون پزشکان بیمه نامه مسئولیت دارند، چندان به بیماران رسیدگی نمی‌کنند و همین باعث افزایش تعداد فوتی‌ها شده است.

بدون شک داشتن بیمه نامه، رافع مسئولیت بیمه‌گذار نیست. بر اساس ماده ۱۵۵ قانون بیمه و مفاد مورد تاکید قرار گرفته در شرایط عمومی بیمه نامه‌ها، بیمه‌گذار باید برای جلوگیری از خسارت، مراقبتی را که عادتاً وجود دارد، انجام داده و اقدام لازم برای جلوگیری از خسارت را به عمل آورد. پس از بروز خسارت هم، شخص بیمه‌گذار باید دفاعیات لازم را در دادگاه صالحه انجام دهد. چون از پزشکان مثال زدیم، باید بگوییم که استفاده از بیمه نامه مسئولیت حرفه‌ای پزشکان، روند تشخیصی دارد و مستلزم طرح شکایت از سوی شخص زیان دیده در دادگاه و رسیدگی به موضوع در کمیسیون پزشکی متشکل از پزشکان مورد تایید دادگستری است.

موضوع اصلی این است که ورود یک پرونده پزشکی به دادگاه، برای پزشک یک امتیاز منفی محسوب می‌شود. به همین دلیل، پزشکان تلاش می‌کنند رضایت بیمار را بدون مراجعه به محاکم قضایی جلب کنند.

چرا با وجود آن که گفته شد آیین نامه‌ها و مقررات، داشتن بیمه نامه‌های مسئولیت یا مهندسی را در مواردی الزامی کرده‌اند و چنین پوشش‌های خوبی هم در این بیمه‌نامه‌ها وجود دارد، اما همچنان خرید این بیمه‌نامه‌ها توسعه نیافته است؟

من معتقدم فارغ از الزامات قانونی و مقررات، این صاحب سرمایه است که باید نسبت به حفظ ارزش سرمایه خود حساسیت داشته باشد. واقعیت این است که پروژه‌های در حال ساخت، سازه‌های تکمیل شده، ماشین‌آلات، تجهیزات مخابراتی و الکترونیکی و ... حین ساخت یا زمان استفاده با انواع خطرات مواجه‌اند. بلایای طبیعی مانند سیل



آسماری جایگاه چندانی ندارند که شاید علت عمده آن سقف ظرفیت نگهداری محدود شرکت و همچنین عدم اقبال شبکه فروش به این حوزه بوده است.

خوشبختانه با توجه به افزایش سرمایه اخیر شرکت، میزان ظرفیت نگهداری و پذیرش ریسک نیز تا حدودی افزایش یافته است. همچنین برگزاری دوره آموزشی نیز از برنامه‌های این مدیریت در نیمه اول سال ۱۴۰۰ است که امید است منجر به افزایش توان شبکه فروش در جذب بیشتر پرتفوی و ارتقای سهم این رشته‌ها شود.

و زلزله می‌تواند یک خطر بالقوه برای پروژه‌های در حال ساخت باشد همچنان که اختلالات مکانیکی و اشتباهات انسانی در اپراتوری ماشین آلات می‌تواند یک خطر بالقوه برای ماشین‌آلات در حال بهره‌برداری باشد، لذا وجود بیمه نامه می‌تواند ضمن پوشش این خطرات، تا حدودی برای بیمه‌گذار آرامش خاطر ایجاد کند.

### بیمه نامه های مهندسی و مسئولیت در کل صنعت بیمه و شرکت بیمه آسماری چه جایگاهی دارند؟

سهم مجموع بیمه‌های مهندسی و انرژی ۵,۳ درصد و سهم بیمه‌های مسئولیت ۴,۷ درصد از کل پرتفوی صنعت است.

در شرکت ما اگر موضوع را به تفکیک شعب نگاه کنیم، نسبت بیمه‌های مسئولیت در شعبه ارس ۲,۱۷ درصد، در شعبه اروند ۲,۸۳ درصد، در شعبه قشم ۴,۷۵ درصد، در شعبه کیش ۸,۹۱ درصد و در شعبه بوشهر ۱۰,۴۶ درصد از پرتفوی کلی شعبه است که لازم است در شعبی که نسبت پایین‌تر از میانگین صنعت دارند، فروش این رشته تقویت شود.

اما بیمه‌های مهندسی در سبد پرتفوی بیمه

**در شرکت ما اگر موضوع را به تفکیک شعب نگاه کنیم، نسبت بیمه‌های مسئولیت در شعبه ارس ۲/۱۷ درصد، در شعبه اروند ۲/۸۳ درصد، در شعبه قشم ۴/۷۵ درصد، در شعبه کیش ۸/۹۱ درصد و در شعبه بوشهر ۱۰/۴۶ درصد از پرتفوی کلی شعبه است که لازم است در شعبی که نسبت پایین‌تر از میانگین صنعت دارند، فروش این رشته تقویت شود.**



## بیمه مسئولیت، رافع مسئولیت‌ها نیست

هر فردی ممکن است در اثر غفلت یا قصور به فرد دیگری خسارت مالی یا صدمه جانی وارد کند. در چنین مواردی، فرد مقصر باید خسارت وارده را جبران کند، اما در مواردی، این خسارت پیچیده و البته بزرگ است. شرکت بیمه آسماری برای حل این مشکل، بیمه مسئولیت را طراحی کرده است. بیمه‌نامه مسئولیت در هیچ موردی در قبال اقدامات و اعمال عمدی بیمه‌گذار که منجر به خسارات مالی و جانی شود، پوششی ارائه نمی‌دهد. از انواع بیمه‌نامه‌های مسئولیت می‌توان بیمه‌نامه‌های مسئولیت مالکان مستغلات، مستاجران، تولید کنندگان، مقاطعه‌کاران، بیمه مسئولیت آسانسور و مسئولیت حرفه‌ای را نام برد. از آنجا که این بیمه‌نامه پیچیدگی‌های خاص خود را دارد، به فراخور موضوع از سوی بیمه‌گذاران سؤالاتی درباره آن مطرح شده است. مطالعه پاسخ به این پرسش‌ها می‌تواند اطلاعات دقیقی درباره بیمه‌نامه به مشتریان ارائه دهد.



بولتن ویژه نمایندگان بیمه آسماری

شماره ۱۶، فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰

www.asmari-insurance.com



الف) حادثه فقط منجر به مصدومیت کارگر شود: در هنگام وقوع حوادث کاری اگر کارگر مصدوم در مراکز درمانی دولتی معالجه شود، بیمه تأمین اجتماعی همه هزینه‌های درمان را پرداخت می‌کند و نیازی به بیمه مسئولیت نیست، اما اگر مصدوم به هر دلیلی در مراکز درمانی خصوصی مورد معالجه قرار گیرد، سازمان تأمین اجتماعی هزینه‌ها را به اندازه تعرفه‌های درمانی دولتی متقبل می‌شود و سایر هزینه‌ها به عهده کارفرماست. در اینجا کارفرما می‌تواند برای جبران هزینه‌های درمانی کارگر حادثه دیده از بیمه مسئولیت مدنی کارفرما

**■ شرط اولیه صدور بیمه مسئولیت چیست؟**

تکمیل فرم پیشنهاد و ارائه اطلاعات مورد نیاز بیمه‌گر به صورت دقیق توسط بیمه‌گذار، شرط اصلی صدور این بیمه‌نامه است.

**■ آیا داشتن بیمه تأمین اجتماعی رافع مسئولیت کارفرما برای حادثه است و دیگر نیازی به بیمه مسئولیت نیست؟**

وقتی حادثه‌ای کاری رخ می‌دهد، به طور کلی احتمال بروز سه حالت زیر وجود دارد:

این امر می‌تواند بوسیله گزارش اورژانس یا نیروی انتظامی صورت گیرد. در اینجا هم نیازی به جواز کسب نیست.

(ج) اثبات قصور کارفرما:

بیمه مسئولیت مدنی فقط برای جبران خساراتی است که دلیل بروز آن‌ها عدم رعایت مقررات فنی و بهداشتی کار از طرف کارفرماست، بنابراین برای استفاده از بیمه مسئولیت به منظور جبران خسارت حوادث کار، اثبات قصور کارفرما الزامی است. اثبات این امر توسط کارشناسان خسارت و مراجع قضائی صورت می‌پذیرد، بنابراین در این مورد هم نیازی به جواز کسب نیست.

### بیمه مسئولیت بی‌نام بهتر است یا بیمه مسئولیت با نام؟

اگر ماهیت فعالیت شغلی به شکلی است که کارگران به صورت روزمزد هستند یا به طور مداوم در دوره‌های زمانی کوتاه تغییر می‌کنند و یا پیمانکاران مختلف به همراه پرسنل مربوط به خودشان در زیر مجموعه مشغول به کار هستند، بهتر است بیمه مسئولیت به صورت بی‌نام صادر شود. اگر ماهیت فعالیت شغلی به شکلی است که پرسنل ثابت بوده در مدت زمان طولانی تغییر نمی‌کنند، بهتر است بیمه مسئولیت به صورت با نام تهیه شود، زیرا هنگام پرداخت خسارت با این نوع بیمه نامه، اثبات رابطه کارگری و کارفرمایی ساده‌تر صورت می‌پذیرد. همچنین بیمه مسئولیت با نام شامل تخفیف در پرداخت حق بیمه می‌شود.

### در صورتی که کارکنان مندرج در لیست بیمه نامه یک شخص حقوقی در محل دیگری دچار حادثه شوند، خسارت و زیان ایشان قابل پرداخت است؟

حوادث جانی یا خسارت‌های مالی صرفاً در محل کارفرما که در بیمه نامه درج شده است از طریق بیمه مسئولیت قابل پرداخت است، لیکن هرگونه حادثه‌ای خارج از محل اعلام شده از سوی بیمه‌گذار در زمان صدور بیمه نامه، جزو استثنائات بیمه مسئولیت مدنی است، مگر آن که بیمه‌گذار و بیمه‌گر توافق دیگری در این خصوص داشته و این موضوع طی الحاقیه کتبا اعلام شده باشد.

### مدت زمان اعلام بیمه‌گذار در صورت وقوع حادثه و یا هرگونه حادثه‌ای که موجب طرح ادعا شود، چقدر است؟

بیمه‌گذار می‌بایست بلافاصله شفاها یا به وسیله تلفن، فکس یا تلفکس و متعاقباً حداکثر ظرف مدت پنج روز از تاریخ اطلاع به استثناء ایام تعطیل به طور کتبی بیمه‌گر را آگاه سازد.

در قبال کارکنان استفاده کند.  
(ب) حادثه منجر به نقص عضو و از کار افتادگی شود:

اگر حادثه کاری منجر به نقص عضو و از کارافتادگی کارگر شود، یکی از مهم‌ترین هزینه‌ها دیه نقص عضو مصدوم است. پرداخت دیه نقص عضو بر عهده کارفرماست و در این حالت کارفرما می‌تواند با استفاده از بیمه مسئولیت مدنی، دیه را پرداخت کند.

(ج) حادثه منجر به فوت کارگر شود:

اگر حادثه کاری به حدی شدید باشد که منجر به فوت کارگر شود، مهم‌ترین هزینه دیه فوت کارگر است که باید در وجه اولیای دم وی پرداخت شود. پرداخت این دیه بر عهده کارفرماست و از محل بیمه مسئولیت قابل جبران است.

همان‌طور که در موارد الف، ب و ج مشاهده شد، در صورت نبود بیمه مسئولیت و به هنگام حوادث کاری، کارفرما متحمل هزینه‌های سنگینی خواهد شد، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که داشتن بیمه تأمین اجتماعی رافع مسئولیت کارفرما برای حوادث کاری نیست و برای این موارد داشتن بیمه مسئولیت مدنی از نیازهای اساسی هر کارفرمایی است.

### آیا برای خرید بیمه مسئولیت و یا در هنگام دریافت خسارت به جواز کسب نیاز است؟

بیمه مسئولیت بر اساس اظهارات شخص کارفرما یا بیمه‌گذار صادر می‌شود. تنها موردی که برای صدور بیمه مسئولیت از کارفرما مطالبه می‌شود، پر کردن دقیق و صحیح فرم پیشنهاد است، بنابراین برای صدور بیمه نامه مسئولیت نیازی به جواز کسب نیست.

با این حال در هنگام بروز حوادث ناشی از کار و برای جبران خسارت حادثه‌ای از محل بیمه مسئولیت، حتماً باید موارد زیر اثبات شوند:

الف) اثبات رابطه کارگری و کارفرمایی:

باید اثبات شود که کارگر حادثه دیده برای کارفرمای مورد نظر کار می‌کرده است. معمولاً اثبات این امر از طریق لیست تأمین اجتماعی، رسیدهای واریزی ماهیانه حقوق کارگر، استشهاد محلی و ... صورت می‌پذیرد، بنابراین نیازی به جواز کسب نیست.

ب) اثبات اینکه حادثه به دلیل انجام کاری که برای آن بیمه مسئولیت تهیه شده، به وقوع پیوسته است: باید اثبات شود که وقوع حادثه به خاطر رسیدگی به کارهای شخصی و یا سایر امور نبوده‌است، بلکه وقوع حادثه به دلیل فعالیت شغلی بوده است که از طرف کارفرما به کارگر محول شده است. اثبات



بیمه آسماری

بولتن ویژه نمایندگان

شماره ۱۶. فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰

info@asmari-insurance.com

### در صورت انتقال مسئولیت بیمه گزار بیمه نامه به شخص ثالث، خسارت بیمه نامه برای شخص جدید قابل پرداخت است؟

بیمه نامه مسئولیت صرفاً بابت مسئولیت بیمه گزار مندرج در بیمه نامه در قبال کارکنان وی که در شرایط خصوصی بیمه نامه درج شده، قابل پرداخت است، لیکن در صورت انتقال قهری یا ارادی مورد بیمه به دیگر اشخاص حقیقی یا حقوقی، بیمه گر در صورتی مسئولیت کارفرما جدید را می پذیرد که انتقال مذکور کتبا اعلام و در این خصوص الحاقیه تغییرات صادر شده باشد.

### در صورت عدم اطلاع انتقال بیمه گزار به شخص جدید و یا عدم پذیرش آن توسط بیمه گر، شرایط بیمه نامه چگونه خواهد بود؟

در این صورت بیمه نامه منفسخ بوده و مابقی حق بیمه بر اساس روش کوتاه مدت محاسبه و تسویه حساب خواهد شد. بدیهی است در صورت بدهکار شدن هر یک از طرفین، مبالغ می بایست به حساب طرف دیگر پرداخت شود.

### در صورت بروز حادثه برای شخص بیمه گزار حقیقی در محیط کار که منجر به نقص عضو و دیه وی بیش از یک دیه کامل باشد، خسارت قابل پرداخت خواهد بود؟

در صورتی که پوشش پرداخت خسارات جسمانی وارد به شخص بیمه گزار حقیقی در بیمه مسئولیت مدنی خریداری شده باشد، حداکثر غرامت قابل پرداخت معادل یک دیه خواهد بود و



مواردی همچون دیه دوم، افزایش دیه در سال های آتی، مطالبات سازمان تامین اجتماعی و یا خسارات حین ماموریت خارج از کارگاه قابل پرداخت نیست.

### آیا بیمه گزار می تواند در خصوص حادثه و خسارت واقع شده با زیان دیده تعامل و سازش کند؟

بیمه گزار می بایست از قبول هرگونه مسئولیت، سازش، وعده و یا پیش پرداخت غرامت به زیان دیده خودداری کند، مگر اینکه این عمل او موجب جلوگیری از تشدید خطر باشد.

### آیا در بیمه های مسئولیت می توان از تخفیف عدم خسارت استفاده کرد؟

در این بیمه نامه ها برای هر سال که بدون خسارت سپری شود، بیمه گر در بیمه نامه سال بعد تخفیف عدم خسارت را لحاظ می کند.

### اگر کارگری در خارج از کارگاه دچار تصادف شود، آیا بیمه مسئولیت به او خسارت پرداخت می کند؟

به صورت کلی خسارات ناشی از حادثه وسیله نقلیه جزو استثنائات بیمه نامه مسئولیت کارفرماست، مگر آن که بیمه گزار با خرید پوشش های اضافی خسارات مذکور را تحت پوشش قرار دهد.

### در صورت بروز حادثه، برای تشکیل پرونده چقدر زمان لازم است؟

بیمه گزار مطابق مفاد قرارداد موظف شده است که ظرف مهلت پنج روز کاری از تاریخ وقوع حادثه موضوع بیمه نامه مراتب را به بیمه گر اعلام کند. متعاقب اعلام، بیمه گر نسبت به تشکیل پرونده خسارت اقدام می کند.

### آیا کارکنان خارجی نیز می توانند از خدمات بیمه های مسئولیت استفاده کنند؟

مطابق مفاد قانون کار اتباع خارجی در صورت داشتن مجوز اقامت و حق کار، مجاز به فعالیت در کشورند. با این شرایط، امکان ارائه خدمات بیمه ای به آنها فراهم است.

### در صورت عدم پرداخت کل و یا بخشی از حق بیمه، پرداخت خسارت چگونه خواهد بود؟

در صورت عدم پرداخت کل حق بیمه، خسارت غیر قابل پرداخت است، اما در صورتی که بیمه گزار صرفاً بخشی از مبلغ حق بیمه را پرداخت کرده باشد، با اعمال قاعده نسبی بخشی از مبلغ خسارت قابل پرداخت خواهد بود.



## تأثیر شیوع ویروس کرونا بر بیمه‌های مسئولیت\*

مسئولیت چه در بخش صدور و چه در بخش خسارت نشان از پویایی این رشته بیمه‌ای است. تأثیر ویروس کرونا بر صنعت بیمه و به خصوص بر بیمه‌های مسئولیت بر کسی پوشیده نیست که از جمله این تأثیرها می‌توان به تأثیر بر شرکت‌های بیمه، بیمه مرکزی و شبکه فروش اشاره کرد. از زمان همه‌گیری ویروس کرونا، این پدیده تأثیر زیادی در کاهش حق بیمه صادره داشته و گاه کاهش ۹۰ درصدی حق بیمه را در برخی رشته‌های مسئولیت صادره ایجاد کرده است. هر گونه تأثیر کرونا بر عملکرد رشته‌های بیمه‌ای شرکت‌های بیمه، آثار مستقیمی بر بیمه مرکزی نیز دارد. سهم اتکایی اجباری کل شرکت‌های بیمه و سهم اعظم اتکایی اختیاری بیمه‌گران، حداقل در پذیرش اتکایی صندوق مقابله با تحریم توسط بیمه مرکزی انجام می‌شود، لذا هر گونه کاهش پرتفوی صنعت بیمه باعث کاهش سهم بیمه مرکزی از میزان سهم اتکایی می‌شود.

**تأثیر ویروس کرونا بر صنعت بیمه و به خصوص بر بیمه‌های مسئولیت بر کسی پوشیده نیست که از جمله این تأثیرها می‌توان به تأثیر بر شرکت‌های بیمه، بیمه مرکزی و شبکه فروش اشاره کرد. از زمان همه‌گیری ویروس کرونا، این پدیده تأثیر زیادی در کاهش حق بیمه صادره داشته و گاه کاهش ۹۰ درصدی حق بیمه را در برخی رشته‌های مسئولیت صادره ایجاد کرده است.**

بیمه‌های مسئولیت در ایران، یکی از سه رشته اصلی بیمه است که در کنار بیمه‌های اموال و اشخاص قرار دارد. بر اساس موضوع این نوع بیمه، زیان وارده به اشخاص ثالث در هر دو بخش خسارت‌های مالی و غرامت‌های بدنی که ناشی از فعل یا ترک فعل غیرعمد بیمه‌گزاران باشد جبران می‌شود.

بیمه‌های مسئولیت دارای تقسیم بندی‌های متعددی است، ولی می‌توان آن‌ها را از نظر ماهیت فنی به گروه‌های اصلی بیمه مسئولیت مدنی کارفرما در برابر کارکنان، بیمه مسئولیت عمومی، بیمه مسئولیت تولید کنندگان و بیمه مسئولیت حرفه‌ای تقسیم کرد. افزایش پرتفوی بیمه مسئولیت طی ۱۰ سال گذشته، ناشی از عوامل متعددی همچون توسعه کسب و کارها، آشنایی افراد زیان دیده به حقوق قانونی خود، تدوین قوانین و مقررات مشاغل و کسب و کارها در رابطه با مسئولیت اشخاص، شرایط اقتصادی، شرایط اجتماعی جامعه و... بوده است.

از طرف دیگر همزمان با افزایش پرتفوی بیمه‌های مسئولیت، مهمترین عامل افزایش خسارت آن را می‌توان رابطه مستقیم خسارت جانی در بیمه‌های مسئولیت با قانون مجازات اسلامی و پرداخت دیه به صورت یوم الادا دانست، چرا که در حال حاضر نزدیک به ۶۰ درصد پرتفوی بیمه‌های مسئولیت در صنعت بیمه را بیمه مسئولیت کارفرما در قبال کارکنان تشکیل می‌دهد که ماهیت حوادث این رشته بیمه‌ای، جبران صدمات جسمانی وارده به کارکنان است. در هر صورت، تغییرات زیاد بیمه‌های



بیش از ۹۰ درصد پرتفوی صنعت بیمه کشور توسط شبکه فروش بازاریابی و صادر می شود. نقش و اهمیت شبکه فروش به عنوان بازوان توانمند بیمه‌گران بر کسی پوشیده نیست، اما کاهش صدور بیمه‌نامه و پرتفوی مکتسبه، آثار و تبعات منفی زیادی بر شبکه فروش خواهد داشت و آن‌ها را با چالش‌های زیادی مواجه خواهد کرد که به تبع آن می‌تواند آثار خود را بر بیمه‌گران نمایان کند.

مهمترین خصیصه بیمه‌های مسئولیت - با توجه به نقشی که در جبران خسارت وارده به اشخاص ثالث، در نتیجه فعل یا ترک فعل شخص بیمه‌گذار دارند- را می‌توان در حمایت شغلی و به عبارت بهتر تأمین امنیت شغلی صاحبان مشاغل و کسب کار، حمایت اجتماعی و اقتصادی بیمه‌های مسئولیت از افراد زبان دیده، حمایت از تولید کنندگان کالا و احیای پروژه‌های کلان و ایجاد اشتغال پایدار دنبال کرد.

در مواردی مانند شیوع بیماری کرونا و تعلیق یا تعطیلی برخی کسب و کارها، صنعت بیمه می‌تواند در جهت حمایت از بیمه‌گذاران مواردی از قبیل تعلیق مدت اعتبار بیمه نامه، تعویق اقساط حق بیمه، تخفیف در حق بیمه تمدیدی مشاغل با فعالیت محدود، تخفیف در حق بیمه برای مدافعان سلامت، تخفیف در حق بیمه کسب و کارهای فعال در شرایط کرونایی و یا ایفای نقش بیمه‌گران در مسئولیت‌های اجتماعی را محقق کند.

اگر چه هم‌اندیشی فعالان اقتصادی برای کاهش

مخاطرات احتمالی برای کارکنان و نحوه رعایت پروتکل‌های بهداشتی در محافل بخش خصوصی در جریان است، اما به علت فقدان یا عدم آگاهی افراد از قوانین مربوطه، اخیراً پرسش‌ها و ابهاماتی در خصوص بیمه‌های مسئولیت و پرداخت غرامت توسط شرکت‌های بیمه به وجود آمده است.

طبق قانون در شرایط عادی، موضوع کرونا جزو بیماری‌های ناشی از کار نیست و حادثه کاری هم محسوب نمی‌شود. از همه مهمتر، تشخیص علت و محل واگیری کارگر نیز به دقت امکان پذیر نیست. از سوی دیگر ارگان‌های ذیربط شفافیتی در خصوص مسئولیت حقوقی و کیفی اعلام نکرده اند، اما در هر صورت باید حقوق قانونی کارگران و بازماندگان متوفی ناشی از بیماری کرونا مشخص شود.

گرچه بیمه‌گران در راستای حمایت از بیمه‌گذاران در این زمینه اقداماتی کرده اند، اما لازمه انجام این اقدامات، تغییر یا اصلاح قانون یا ضوابط به صورت فوری است تا اثر گذاری آن کاملاً محسوس باشد. شیوع این بیماری با توجه به رابطه ناگسستنی صنعت بیمه با کسب و کارها، اقدام موثر صنعت بیمه را می‌طلبد و تنها با نگرش سیستمی و نه صرفاً دیدگاه جزیره‌ای می‌توان بر چالش‌های احتمالی آن چیره شد.

#### \*برگرفته از مقاله فاطمه آزادبخت

عضو هیئت علمی گروه پژوهشی بیمه‌های اشخاص پژوهشکده بیمه



شبکه فروش آسماری از تجربه عرضه بیمه نامه های مسئولیت و مهندسی گفتند؛

## «اعتماد» بیمه گزار و «دانش» نمایندگان، راز موفقیت در فروش است

جایگاه بیمه های مسئولیت و مهندسی در کشور گرچه هنوز به نقطه مطلوب نرسیده است، اما این رشته در برخی مناطق و گروه ها چندان هم ناشناخته نیست. تجربه نمایندگان شرکت بیمه آسماری نشان می دهد اگر روی این رشته تمرکز شود، مشتریان خوبی خواهد داشت. در این باره نظر شبکه فروش شرکت را جویا شده ایم و پرسیده ایم راز موفقیت در فروش این بیمه نامه ها چیست؟

حوزه ساخت و ساز، فروش بیمه نامه های مهندسی افت داشته است، اما بیمه نامه های مسئولیت به خوبی در حال فروش اند.

واقعیت این است که برای فروش این بیمه نامه ها، شبکه فروش نباید به پروژه های بزرگ چشم داشته باشد، چرا که حق بیمه در چنین پروژه هایی بالاست و چون رقابت میان بیمه گران هم چندان فنی نیست، در نتیجه بیمه گزار ترجیح می دهد به قدمت بیمه گر یا نرخ حق بیمه بیشتر توجه کند. تمرکز شبکه فروش ما بیشتر بر روی پروژه ها خرد و کوچک است. این پروژه ها نه تنها مورد توجه بیمه گران بزرگ نیست، بلکه تعداد آنها هم زیاد است و در نتیجه حق بیمه قابل توجهی تولید



مهرزاد پورمیری  
رئیس شعبه کیش

شعبه کیش توانسته است بیش از ۱۰ درصد پرتفوی خود را به بیمه نامه های مهندسی و مسئولیت اختصاص دهد. البته با رکود ایجاد شده در



می‌کند. همچنین امکان تمدید بیمه نامه آنها در سال‌های بعد هم بسیار زیاد است، در حالی که پروژه‌های بزرگ، هر زمان امکان تغییر بیمه‌گر را دارند.

کسب و کارهای رایج در کیش، آن قدر زیادند که می‌توان به همه آنها بیمه نامه مسئولیت فروخت. خوشبختانه نسبت خسارت در این بیمه‌نامه‌ها بسیار پایین است و چون نرخ‌های ارائه شده توسط شرکت بیمه آسماری فنی و حساب شده است، سود مطلوبی نیز برای شرکت به همراه داشته است.

کیش جزیره ای کوچک است، در نتیجه ارائه یک خدمت مطلوب می‌تواند به فراگیری آن کمک کند. این اتفاق در مورد بیمه مسئولیت شرکت بیمه آسماری به خوبی رخ داده است و مشتریان فراوانی به همین روش جذب شرکت شده‌اند.

سازمان منطقه آزاد کیش هم در این زمینه به خوبی کمک رسان ما بوده است. در حال حاضر بسیاری از فعالان اقتصادی، بدون داشتن بیمه نامه مسئولیت اجازه ادامه فعالیت ندارند و از این رو داشتن بیمه نامه مسئولیت، برای آنها الزامی است. در حوزه بیمه‌های مهندسی، فضای کاری در جزیره کیش بسیار محدود شده است. نرخ شکنی هم واقعیت تلخی است که در این رشته بیشتر نمایان است و در نتیجه رقابت منطقی میان بیمه‌گران وجود ندارد. گاه دیده شده است که حق بیمه پیشنهادی دو شرکت، تا ۱۰ برابر نسبت به هم فاصله دارد و این نشان می‌دهد که شرایط مساوی بیمه‌گری برقرار نیست.

به طور کلی آگاهی نسبت به مزایای داشتن بیمه‌نامه در جزیره کیش، نامطلوب نیست و از این رو اگر نمایندگان برای فروش بیمه نامه کمی تلاش کنند، موفق خواهند شد.



ملیحه کوشایی پور  
نماینده شعبه کیش

داشتن بیمه نامه مسئولیت در مواردی الزامی است؛ من این موارد را به خوبی شناخته‌ام و از این فضا برای فروش بیمه نامه استفاده می‌کنم. مطالعه، راز موفقیت من است. من هنگام مواجهه با مشتری، او را نسبت به خطراتی که ممکن است در کمین

باشد، به خوبی آگاه می‌کنم و در چنین شرایطی، کمتر کسی است که علاقه‌ای به خرید بیمه نامه نشان ندهد.

با همین روش، حتی کسانی که شرکت بیمه آسماری را نمی‌شناخته‌اند نیز توجه شده‌اند. من اطلاعات جامعی نسبت نحوه پرداخت خسارت، میزان پرداخت خسارت و شیوه خدمات رسانی شرکت به زیان دیدگان دارم که همه این اطلاعات را هنگام فروش بیمه نامه در اختیار مشتری قرار می‌دهم. همه «آپشن»‌ها و «کلوز»‌های بیمه‌ای را در دفاتر به روزرسانی کرده‌ام و از این رو سوالی را بی‌پاسخ نمی‌گذارم.

به هر حال کارمزد قابل توجه بیمه‌های مسئولیت هم نماینده را به فروش ترغیب می‌کند. من در این رشته به خوبی فعالیت می‌کنم و امیدوارم با این روش بتوانم به توسعه فرهنگ بیمه نیز کمک کنم.



مهدی زارع  
نماینده شعبه بوشهر

«بازاریابی درست» در کنار توجه ویژه به دریافت «کارمزد خوب»، می‌تواند هر نماینده‌ای را در فروش موفق کند. من به هر دو پارامتر توجه کرده‌ام و توانسته‌ام در فروش بیمه نامه مسئولیت موفق باشم. از مذاکره با مشتری هرگز ناامید نشده‌ام و از شنیدن پاسخ «نه» نترسیده‌ام.

البته روابط هم در فروش بیمه نامه بی‌تاثیر نیست، اما این روابط می‌تواند از ارتباطات خانوادگی هم آغاز شود. ارتباط با یک دوست یا یکی از اقوام می‌تواند آغازگر یک قرارداد بیمه‌ای باشد.

من «به دل بازار می‌زنم» و از همه دانش و اطلاعاتم برای فروش بیمه نامه استفاده می‌کنم. اجازه نمی‌دهم رقبا با نرخ شکنی یا ارائه اطلاعات نادرست، من را از میدان به در کنند و با همین استراتژی توانسته‌ام موفق باشم.

خوشبختانه شرکت بیمه آسماری خدمات مطلوبی به بیمه‌گزاران ارائه می‌دهد و تخفیف‌های خوبی نیز در موارد ویژه در نظر گرفته است که می‌تواند به نفع بیمه‌گزار باشد.



موسی قوی دل  
نماینده شعبه قشم

خوشبختانه فروش بیمه نامه مسئولیت در حوزه فعالیت ما به خوبی رایج شده است؛ به ویژه این که «بیمه نامه مسئولیت حرفه ای مالکان شناور» نه تنها الزامی است، بلکه خدمات خوبی نیز به بیمه گزارانش ارائه می دهد. در چنین شرایطی، شرکت بیمه آسماری به خوبی توانسته است نظر بیمه گزارانش را جلب کند و در نتیجه سهم بیمه مسئولیت در پرتفوی این نمایندگی به عدد قابل توجهی رسیده است. واقعیت این است که افزایش فروش بیمه مسئولیت در پرتفوی نمایندگی ما آنقدر زیاد شده است که زمان برای پرداختن به سایر بیمه نامه ها نیست، اما با توسعه فعالیت می توان به حوزه سایر بیمه نامه ها نیز ورود کرد.



رقیه همتی  
نماینده شعبه ارس

مذاکره با پیمانکاران بزرگ می تواند به فروش بیمه نامه های متعدد منجر شود. در رشته های مهندسی و مسئولیت، این روش به شدت موثر است و نتایج خوبی به همراه دارد. گرچه فروش همه انواع بیمه نامه مهندسی یا مسئولیت در منطقه کوچک ارس امکان پذیر نیست، اما ظرفیت های مغفول فراوانی وجود دارد که می توان از آنها استفاده کرد. خوشبختانه پوشش های بیمه ای که توسط شرکت بیمه آسماری ارائه می شود، کامل است و همه نیازهای مشتری را تامین می کند. رقابت های ناسالم گرچه برای فضای حرفه ای بیمه گری سم است، اما به هر حال هیچ تلاشی بی نتیجه نمی ماند و تجربه فعالیت من نشان داده است که اگر بیمه گر با مشتری صادق باشد، نتیجه مطلوب حاصل خواهد شد.



محمد کامروافر  
نماینده شعبه اروند

فروش بیمه نامه بیش از آن که به خدمات شرکت، حق بیمه یا شرایط اجتماعی ارتباط داشته باشد، به اعتمادسازی نماینده و میزان اعتبار آن مربوط می شود. من معتقدم اگر چنین اعتمادی میان بیمه گزار و شبکه فروش ایجاد شود، سایر شرایط نقش چندان موثری در فروش بیمه نامه نخواهند داشت.

از سوی دیگر، بسیاری از پیمانکاران و مشتریان بالقوه، اطلاعات چندانی از خدمات بیمه گران ندارند و در نتیجه با اطلاع رسانی صحیح می توان آنها را به راحتی جذب کرد. من تلاش می کنم در مواجهه با یک مشتری، بسته کامل بیمه ای به او ارائه دهم که همه خدمات مورد نظرش را دریافت کند. با این روش، اعتماد بیمه گزار به بیمه گر دو چندان می شود.

چانه زنی برای حق بیمه کمتر، اغلب در شرایطی رخ می دهد که بیمه گزار نسبت به خدمات بیمه گر اعتماد چندانی ندارد و در نتیجه تلاش می کند ضمن خرید یک بیمه نامه، هزینه کمتری را نیز متقبل شود. در شرایط اعتماد متقابل، بیمه گزار با خیال راحت، خدمات بیمه ای خود را به بیمه گر واگذار می کند و این می تواند به نتایج مطلوب منتهی شود.

واقعیت این است که شبکه فروش در بسیاری از موارد، اطلاعات چندانی از خدمات بیمه گر و حتی رشته های بیمه ای ندارد. به اعتقاد من در کنار توسعه عمومی فرهنگ بیمه، شبکه فروش نیز باید سطح دانش خود را ارتقا دهد، چرا که با افزایش فروش بیمه نامه، هم شبکه فروش و هم بیمه گزار منتفع خواهند شد.

**چانه زنی برای حق بیمه کمتر، اغلب در شرایطی رخ می دهد که بیمه گزار نسبت به خدمات بیمه گر اعتماد چندانی ندارد و در نتیجه تلاش می کند ضمن خرید یک بیمه نامه، هزینه کمتری را نیز متقبل شود. در شرایط اعتماد متقابل، بیمه گزار با خیال راحت، خدمات بیمه ای خود را به بیمه گر واگذار می کند و این می تواند به نتایج مطلوب منتهی شود.**



# رتبه بندی شعب بیمه آسماری

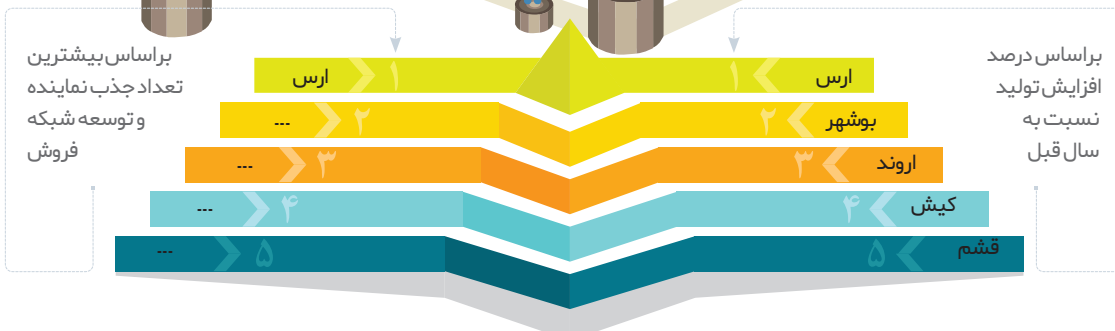
فروردین ۱۴۰۰



بولتن ویژه نمایندگان بیمه آسماری

شماره ۱۶، فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰

www.asmari-insurance.com



# سلامت دیگران، مسئولیت اجتماعی ماست!

شاید با شنیدن واژه «سلامت»، همه ما به یاد سلامتی جسم بیفتیم، اما واقعیت این است که اهمیت سلامتی «روان» اگر بیشتر از آن نباشد، کمتر نیست. شیوع بیماری کرونا طی بیش از یک سال اخیر به همان میزان که سلامتی «جسم» افراد را به خطر انداخت، روح و روان جامعه را نیز متاثر کرد. با کاهش روابط اجتماعی به منظور قطع زنجیره انتقال ویروس، افزایش حضور در شبکه های اجتماعی و طبیعتاً آسیب های ناشی از آن، انتشار اخبار متعدد و ضد و نقیض درباره بیماری و نیز آینده نامعلوم آن، بسیاری از مردم با آسیب های روحی مواجه شده اند. در این شرایط و در حالی که دانشمندان به دنبال تولید یک واکسن برای مهار بیماری هستند، کمتر کسی به راهکارهای کاهش تبعات روانی کرونا پرداخته است. با این حال شرکت بیمه آسماری تلاش کرد به سهم خود علاوه بر اقدامات معمول برای کاهش خطر کرونا، چند اقدام خلاقانه را هم عملیاتی کند.



بیمه آسماری  
بولتن ویژه نمایندگان  
شماره ۱۶. فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰  
info@asmari-insurance.com



«شنبه های شاد»  
یک کمپین دیجیتال در اینستاگرام شرکت بیمه آسماری است که مخاطبان را به انجام فعالیت هایی برای بیشتر شاد زیستن دعوت می کند. این کمپین تلاش می کند در دوران نگرانی ناشی از کرونا، شرایط مطلوب تری را برای مخاطبان فراهم کند.



## «غذای سالم»

کمپین «غذای سالم» هم که روزهای چهارشنبه در اینستاگرام شرکت اجرایی می شود، تلاش می کند روش های تغذیه صحیح را، به ویژه همزمان با پاندمی کرونا به مخاطبانش ارائه کند.

## «ماسک ناشنوایان»

با شیوع پاندمی کرونا، استفاده از ماسک رواج یافت، اما ناشنوایان را که بیشتر از طریق «لب خوانی» ارتباط برقرار می کردند، با مشکل مواجه کرد. بیمه آسماری با طراحی تهیه «ماسک ناشنوایان» که نشان مرتبط با ناشنوایان بر روی آن نقش بسته است، تلاش کرد تا حدی این مشکل را برطرف و به مخاطب افرا ناشنوا این موضوع را اطلاع رسانی کند. این اقدامات که با استقبال بسیار گسترده مخاطبان رو به رو شده اند را می توان گامهایی موثر در کاهش اضطراب و نگرانی در روزهای کرونایی دانست. بیمه آسماری، سلامت جامعه را مسئولیت اجتماعی خود می داند و تا حد امکان در کمک به ارتقای آن تلاش می کند.



## حق بیمه خوب در کنار پرداخت خسارت مطلوب



بیمه آسماری

بولتن ویژه نمایندگان

شماره ۱۶، فروردین و اردیبهشت ۱۴۰۰

www.asmari-insurance.com

در کتاب های مدیریت بازاریابی نوشته شده است که یک مشتری ناراضی، دست کم ۱۰ مشتری بالقوه را از دسترس شرکت خارج خواهد کرد، اما در نقطه مقابل یک مشتری راضی می تواند تنها ۵ مشتری را جذب کند. این نشان دهنده اثر مشتری مداری بر عملکرد هر بنگاه اقتصادی است. مشتریان، بهترین معرفان خدمات یک شرکت هستند. آنها نه تنها می توانند درباره نحوه خدمت رسانی شرکت اظهار نظر کنند، بلکه به خوبی می توانند تبلیغ کننده آن هم باشند. شرکت بیمه آسماری که در رشته «بیمه مسئولیت» عملکرد مطلوبی داشته است، این بار تلاش کرده تا از طریق مشتریان خود، درباره الزام خرید این بیمه نامه اطلاع رسانی کند.

**«رضا حاتمی» مدیرعامل شرکت «آوا صنعت ارم شیراز»** از مشتریان بیمه آسماری است که به تازگی بیمه نامه مسئولیت از شرکت خریداری کرده است. او که در حوزه ساخت مخازن نفت و گاز در منطقه عسلویه فعالیت می کند، به خبرنگار ما می گوید: من برای خرید این بیمه نامه، نرخ و شرایط را از چند شرکت بیمه استعلام کردم، اما بهترین بسته بیمه ای از سوی شرکت بیمه آسماری پیشنهاد شد.



او با اشاره به این که پوشش های بیمه ای تکمیلی ارائه شده توسط بیمه آسماری، باعث انتخاب این شرکت بوده است، گفت: خوشبختانه نرخ ارائه شده توسط شرکت هم معقول بود و در رقابت میان شرکت ها، آن را به عنوان بیمه گر خودم انتخاب کردم. حاتمی با تاکید بر این که برخورد خوب نماینده و نیز توجه به اعتبار شرکت بیمه آسماری، نقش مهمی در انتخاب این شرکت داشته است، افزود: قصد دارم همکاری با بیمه آسماری را توسعه دهم. او همچنین با اشاره به اهمیت مشورت در خرید بیمه نامه، ضمن توصیه به همه کارفرمایان برای خرید بیمه نامه مسئولیت، به ذکر خاطره ای در این زمینه پرداخت و گفت: پیشتر با وجود این که در فهرست بیمه تامین اجتماعی نام ۸۰ نفر را درج کرده بودم، بیمه نامه مسئولیت را برای تعداد ۲۰ نفر خریداری کرده بودم. پس از مدتی با وقوع خسارتی قابل توجه، به شرکت بیمه مراجعه کردم، اما به دلیل کم بیمه شدگی، مبلغ ناچیزی بابت خسارت به من پرداخت شد و این تجربه تلخ اما آموزنده برایم یادگار ماند.

**«حجت الله فرصتی» مدیر مالی اداری شرکت «پارس میکا کیش»** نیز از مشتریان خوب شرکت بیمه آسماری است. او که پس از استعلام نرخ و شرایط از شرکت های متعدد، شرکت بیمه آسماری را به عنوان بیمه گر در رشته بیمه مسئولیت کارفرما برای پروژه ساختمانی میکامال انتخاب کرده است، می گوید: انتخاب یک بیمه گر از میان چندین شرکت، کار سختی است، اما واقعیت این است که نرخ و شرایط شرکت بیمه آسماری در این پروژه مطلوب بود. او با بیان این که «ارتباط مستمر با شرکت بیمه گر» اهمیت دارد، اظهار کرد: تلاش می کنیم



از این پس ارتباط با شرکت بیمه آسماری را وسیع تر کنیم. وی در پاسخ به این سوال که «معیار شما برای انتخاب شرکت بیمه گر چیست؟» گفت: در زمان انتخاب بیمه گر، گرچه حق بیمه پیشنهادی یک ملاک مهم است، اما اعتبار و قدمت شرکت هم مد نظر است. فرصتی با بیان این که شرکت پارس میکا کیش از سالها پیش مشتری شرکت بیمه آسماری بوده و حتی بیمه نامه های اتومبیل هم از این شرکت خریداری کرده است، ادامه داد: ما از نحوه خدمات دهی شرکت بیمه آسماری رضایت داریم و در موارد وقوع خسارت نیز، مبلغ خسارت در اسرع وقت و با دقت کافی پرداخت شده است. او همچنین با توصیه به کارفرمایان برای خرید بیمه نامه مسئولیت، این بیمه نامه را یک الزام قطعی در کنار پروژه های عمرانی دانست و خاطر نشان کرد: بیمه مسئولیت هم خطرات جانی و هم خطراتی مالی را پوشش می دهد، بنابراین در شرایط اقتصادی کنونی که وقوع یک حادثه کوچک می تواند خسارت بزرگی به همراه داشته باشد، پوشش بیمه مسئولیت از اهمیت دوچندانی برخوردار است.

## تاکید مدیران عامل شرکت بیمه آسماری و منطقه آزاد کیش بر توسعه همکاری ها



مدیران عامل شرکت بیمه آسماری و منطقه آزاد کیش در دیداری دو جانبه بر لزوم افزایش سطح تعاملات و همکاری ها تاکید کردند.

علیرضا یزدان دوست در این دیدار ضمن تبریک انتصاب جعفر آهنگران به عنوان مدیرعامل منطقه آزاد کیش، با تاکید بر مزیت های رقابتی شرکت بیمه آسماری در مناطق آزاد به ویژه منطقه آزاد کیش، اعلام کرد که فصل تازه ای از فعالیت های این شرکت آغاز شده است. وی با اشاره به افزایش سرمایه و در نتیجه افزایش قدرت فعالیت این شرکت در همه حوزه های صنعت بیمه، خاطر نشان کرد: سابقه حضور شرکت بیمه آسماری در منطقه آزاد کیش طولانی است و این شرکت به خوبی توانسته است اعتماد بیمه گزاران حاضر در منطقه را جلب کند. یزدان دوست بر لزوم استفاده از ظرفیت های مغفول مانده در مناطق آزاد نیز تاکید کرد و با بیان این که طرح های نوینی به این منظور طراحی شده است، گفت: خوشبختانه تعامل میان شرکت بیمه آسماری و منطقه آزاد کیش بسیار مطلوب است و امیدواریم این روند همچنان ادامه یابد.

مدیرعامل منطقه آزاد کیش نیز در این دیدار ضمن ابراز خرسندی از موفقیت های چشمگیر شرکت بیمه آسماری در همه زمینه ها به ویژه حوزه فعالیت در منطقه آزاد کیش، برای توسعه همکاری های دوجانبه اعلام آمادگی کرد.

جعفر آهنگران با اشاره به این که منطقه آزاد کیش، پتانسیل های زیادی در حوزه بیمه دارد، اظهار کرد: شرکت بیمه آسماری، شرکتی جوان و پویاست و امیدوارم فعالیت خود را با قوت هر چه بیشتر ادامه دهد.

## آغاز عرضه بیمه درمان تکمیلی بیمه آسماری با پوشش کرونا

مدیرعامل شرکت بیمه آسماری با بیان این که پیشتر در صنعت بیمه، بیمه های درمان تکمیلی و بیمه های دارای پوشش بیماری کرونا به صورت مجزا ارائه می شد، گفت: بازار به یک بیمه نامه واحد که بتواند همه ریسک های حوزه درمان از جمله کرونا را همزمان پوشش دهد، نیاز داشت و اکنون شرکت بیمه آسماری این محصول را برای عرضه به بازار آماده کرده است.

علیرضا یزدان دوست با اشاره به این که این بیمه نامه در قالب دو طرح درمان انفرادی و خانواده همراه با پوشش کرونا و در دو سقف عملیاتی می شود، ادامه داد: این بیمه نامه علاوه بر این که دغدغه بسیاری از بیمه گزاران و متقاضیان پوشش های بیمه ای را برطرف می کند، می تواند ضریب نفوذ بیمه به ویژه در زمینه بیمه های درمان تکمیلی را افزایش دهد.

وی با بیان این که توسعه فروش بیمه نامه های درمان تکمیلی انفرادی از اهداف اصلی شرکت بیمه آسماری در سال جاری است، گفت: گرچه نسبت خسارت این بیمه نامه در صنعت بیمه عدد مطلوبی نیست، اما شرکت بیمه آسماری توانسته است با کنترل های حرفه ای و فروش مدیریت شده، نسبت خسارت این رشته را در حد قابل قبولی تثبیت کند.

مدیرعامل شرکت بیمه آسماری حذف فرآیند پیچیده و مشکل «آزمایش و چکاپ پیش از انعقاد قرارداد بیمه درمان تکمیلی» را عامل مهمی در افزایش جذابیت این رشته برای بیمه گزاران دانست و خاطر نشان کرد: ما توانستیم با جایگزین کردن دوره انتظار به جای آزمایش های پزشکی، رغبت بیشتری برای خرید بیمه نامه درمان تکمیلی در میان متقاضیان ایجاد کنیم.



## انتصاب مدیر تحقیق و توسعه

«علیرضا یزدان دوست» مدیرعامل شرکت بیمه آسماری طی حکمی، «مصطفی نیکوگفتار» را به عنوان مدیر تحقیق و توسعه این شرکت منصوب کرد.  
نیکوگفتار دانشجوی دکترای مدیریت بازرگانی است و پیشتر به عنوان مدیر تحقیق، توسعه و برنامه ریزی و مدیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در شرکت های بیمه دی، آرمان و حکمت فعالیت می کرده است.



## انتصاب مدیر بیمه های مسئولیت و مهندسی

بیمه مرکزی صلاحیت مدیر جدید بیمه های مسئولیت و مهندسی شرکت بیمه آسماری را تایید کرد.  
«الهام جلوی» دارای تحصیلات کارشناسی مدیریت بیمه و کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی است و پیشتر به عنوان مدیر بیمه های آتش سوزی و باربری، مدیر بیمه های مسئولیت و مهندسی و نیز دبیر شورای فنی در صنعت بیمه مشغول به کار بوده است.



## روابط شرکت بیمه آسماری و پژوهشکده بیمه گسترش می یابد

در جریان بازدید رئیس پژوهشکده بیمه و هیات همراه از شرکت بیمه آسماری، بر توسعه همکاری های دوجانبه و استفاده از فرصت های پژوهشی و علمی موجود برای طراحی محصولات جدید و افزایش هر چه بیشتر سطح خدمات تاکید شد.

علیرضا یزدان دوست مدیرعامل شرکت در این دیدار با ارائه گزارشی از عملکرد بیمه آسماری به دستاوردهای مهم آن در حوزه ارائه آموزش های هدفمند به شبکه فروش اشاره کرد و با بیان این که آموزش های ضمن خدمت و غیرحضوری سهم قابل توجهی در افزایش سطح دانش کارکنان داشته است، گفت: بیمه آسماری با پیاده سازی سامانه آموزش مجازی (LMS)، بسیاری از نیازهای علمی نمایندگان، شعب و پرسنل شرکت را برآورده کرده است. وی همچنین به تشکیل کمیته آموزش و انجام فرآیند نیازسنجی آموزشی در حوزه کارکنان، نمایندگان و شعب شرکت بیمه آسماری اشاره کرد و با بیان این که از محتوای آموزشی به روز رسانی شده برای آموزش استفاده می شود، خاطر نشان کرد: حجم اطلاعات و داده های در اختیار پژوهشکده بیمه بسیار قابل



توجه است و می توان برای ارتقای سطح فعالیت های آموزشی از این محتواها نیز بهره برد.

دکتر حمید کردبچه رئیس پژوهشکده بیمه نیز در این بازدید با قدردانی از خدمات شرکت بیمه آسماری به صنعت بیمه، خدمات انجام شده در حوزه آموزش کارکنان و شبکه فروش این شرکت را قابل تقدیر دانست و گفت: شرکت بیمه آسماری می تواند به افزایش غنای پژوهش های در حال انجام در پژوهشکده بیمه کمک کند.

وی با استقبال از پیاده سازی سیستم آموزش از راه دور در شرکت بیمه آسماری، این اقدام را روشی موثر برای افزایش سرعت و کیفیت انتقال دانش ارزیابی و خاطر نشان کرد: پژوهشکده بیمه آمادگی دارد محتوای آموزشی و پژوهشی موجود را در اختیار همه شرکت های بیمه از جمله شرکت بیمه آسماری قرار دهد.  
در ادامه، رئیس پژوهشکده بیمه به همراه دکتر «لیلی نیاکان» معاون پژوهشی و دکتر «اسماء حمزه» سرپرست دفتر ارتباط با صنعت پژوهشکده در خصوص زمینه های مختلف همکاری مشترک پژوهشکده و بیمه آسماری اظهار نظر کردند.

## لیست شعب بیمه آسماری

نام شعبه	آدرس	تلفن	فکس
تهران	تهران، خیابان گاندی جنوبی، کوچه ۱۱، پلاک ۱۹	۰۲۱ - ۴۳۴۱۷	۰۲۱.۸۶۰۸۸۴۱۰
کیش	کیش، خ سنایی، مجتمع بانکها، ساختمان امین بالای بانک گردشگری، طبقه اول، واحد ۲	۰۷۶۴.۴۴۲۱۴۹۱.۳	۰۷۶۴.۴۴۲۱۴۹۰
قشم	جزیره قشم، بلوار امام قلی خان سایت نخل زرین، واحد ۳۴	۰۷۶۳.۵۲۴۷۲۷۴	۰۷۶۳.۵۲۴۷۰۷۳
اروند	خرمشهر، کوی آریا، نبش خیابان هرمز، پلاک ۳۳	۰۶۱.۵۳۵۳۳۵۹۱	۰۶۱.۵۳۵۳۳۵۹۲
بوشهر	بوشهر، بلوار طالقانی، بین سه راهی گمرک و چهارراه شیلات، جنب ساختمان دنا ساختمان ولی عصر، طبقه ۲ واحد ۳	۰۷۷.۳۳۳۲۳۹۶۸	۰۷۷.۳۳۳۳۷۶۱۳
ارس	جلفا، میدان عاشورا، خیابان شمس تبریزی روبروی اداره پست	۰۴۱.۴۲۰۲۶۱۱۰	---

