

بولتن ویژه نمایندگان بیمه آسماری

خانواده آسماری

شماره ۱۷ . خرداد ماه ۱۴۰۰

بیمه آسماری

Asmari insurance



دیدگاه‌های مدیرعامل شرکت بیمه آسماری درباره بیمه‌های اتومبیل؛
حق بیمه‌ها با ریسک‌ها متناسب نیست

روش صدور بیمه‌نامه
شخص ثالث باید
تفسیر کند

به دنبال
راهکارهایی
برای توسعه
بیمه‌های
اتومبیل

چالش‌های شبکه فروش بیمه آسماری با بیمه‌های اتومبیل؛

سخت است، اما می‌فروشیم



خانواده آسماری

شماره ۱۷ . خرداد ۱۴۰۰

با هم خانوگیت



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/ به دنبال راهکارهایی برای توسعه بیمه‌های اتومبیل



دیدگاه‌های مدیرعامل شرکت بیمه آسماری درباره بیمه‌های اتومبیل؛
۳/ حق بیمه‌ها با ریسک‌ها متناسب نیست

مدیر بیمه‌های اموال شرکت بیمه آسماری:

۶/ روش صدور بیمه‌نامه شخص ثالث باید تغییر کند



پرسش و پاسخ:

۱۰/ بیمه بدنه اجباری نیست، اما الزامی است

۱۴/ راننده محوری بیمه شخص ثالث، آهسته و پیوسته

آسماری از نگاه مشتریان:

۱۶/ رفتار خوب نماینده، ضامن پرتغوی آینده



چالش‌های شبکه فروش بیمه آسماری با بیمه‌های اتومبیل

۱۷/ سخت است، اما می‌فروشیم

۲۰/ نگاهی به واقعیت افزایش تعرفه‌های درمان در سال جاری؛ ۶۰ درصد در دو ضرب

بررسی عملکرد شعب:

۲۴/ رتبه بندی شعب بیمه آسماری از ۱۴۰۰/۰۱/۰۱ لغایت ۱۴۰۰/۰۳/۳۱

به دنبال راهکارهایی برای توسعه بیمه‌های اتومبیل

در کشور ما عبارت «بیمه» بیشتر با بیمه‌های وسایل نقلیه و به ویژه بیمه‌نامه شخص ثالث اتومبیل شناخته می‌شود. این گرچه نشان دهنده اهمیت بیمه‌نامه شخص ثالث است، اما واقعیت این است که هنوز ابعاد زیادی از این خدمت بیمه‌ای ناشناخته مانده است.

اطلاعات موجود نشان می‌دهد قریب به اتفاق دارندگان موتورسیکلت‌های موجود در کشور نه تنها بیمه‌نامه بدنه ندارند، بلکه پوشش بیمه‌نامه شخص ثالث به عنوان یک بیمه‌نامه اجباری را نیز تهیه نکرده‌اند. بخش زیادی از ماشین‌آلات کشاورزی یا راهسازی نیز بدون داشتن بیمه‌نامه‌های مرتبط فعالیت می‌کنند. با وجود این که بیمه‌گران بارها درباره خطرات رانندگی و استفاده از وسایل نقلیه موتوری بدون داشتن بیمه‌نامه شخص ثالث هشدار داده‌اند، اما هنوز هم موتورسیکلت‌های بدون بیمه‌نامه، خطری جدی برای همه شهروندان محسوب می‌شوند.

در نظر گرفتن مشوق‌های متعدد از سوی بیمه مرکزی و بیمه‌گران برای خرید بیمه‌نامه از سوی رانندگان این وسایل نقلیه نیز کارساز نبوده است و در نتیجه به نظر می‌رسد باید برای پوشش این ریسک‌ها، به دنبال راه حل دیگری بود.

راننده محور شدن بیمه‌نامه شخص ثالث می‌تواند اقدام مهمی در بازار بیمه‌ای کشور تلقی شود. این که راننده منضبط با راننده پرریسک از یکدیگر تمیز داده شوند، حق بیمه پرداختی آنها متفاوت باشد و امکان شناسایی رانندگان پرخطر برای همه بیمه‌گران فراهم شود، نه تنها میزان خسارت‌های تقلبی در رشته بیمه‌های اتومبیل را به شدت کاهش خواهد داد، بلکه عموم رانندگان را به استفاده از خدمات بیمه‌ای تشویق خواهد کرد.

همچنین توسعه فروش بیمه‌های بدنه، راهکاری برای افزایش پرتفوی شرکت‌های بیمه از یک سو و ایجاد اطمینان خاطر بیشتر برای دارندگان وسایل نقلیه از سوی دیگر است. با افزایش قیمت ایجاد شده در بازار خودرو، اکنون کوچکترین تصادف‌ها می‌تواند خسارات قابل توجهی را به دارندگان اتومبیل تحمیل کند. همچنین اعمال موضوع «خودروی متعارف» در قانون بیمه شخص ثالث، الزام خرید بیمه‌نامه بدنه برای خودروهای لوکس را بیش از پیش افزایش داده است.

با اصلاح قانون بیمه‌نامه شخص ثالث پیشین و ایجاد ظرفیت‌های جدید در قانون کنونی، به نظر می‌رسد بیمه‌گران باید بیش از گذشته، به دنبال ایجاد خدمات گسترده‌تر و مطلوب‌تر برای مشتریان خود باشند. از سوی دیگر ساده‌سازی فرایند فروش بیمه‌نامه‌های اتومبیل، تسهیل در ارزیابی و پرداخت خسارت و نیز ایجاد ارتباط‌های منطقی میان بیمه‌نامه‌های اتومبیل با سایر بیمه‌نامه‌های یک بیمه‌گزار مانند بیمه‌نامه عمر، مسئولیت، آتش سوزی و ... می‌تواند زمینه‌های جدیدی برای حرفه‌ای‌تر شدن بازار بیمه‌های اتومبیل ایجاد کند.

شرکت بیمه آسماری نیز در این زمینه اقداماتی را برنامه‌ریزی کرده است. ما بدون توجه به نرخ شکنی‌های غیرمنطقی در بازار بیمه‌های اتومبیل و با پایبندی به اخلاق و قانون، راهکارهای تازه‌ای را برای ارائه خدمات باکیفیت‌تر به مشتریان و جلب رضایت هر چه بیشتر آنها طراحی کرده‌ایم که در زمان مناسب رونمایی خواهند شد.



راضیه تاجیک
مدیر بازاریابی و برندینگ

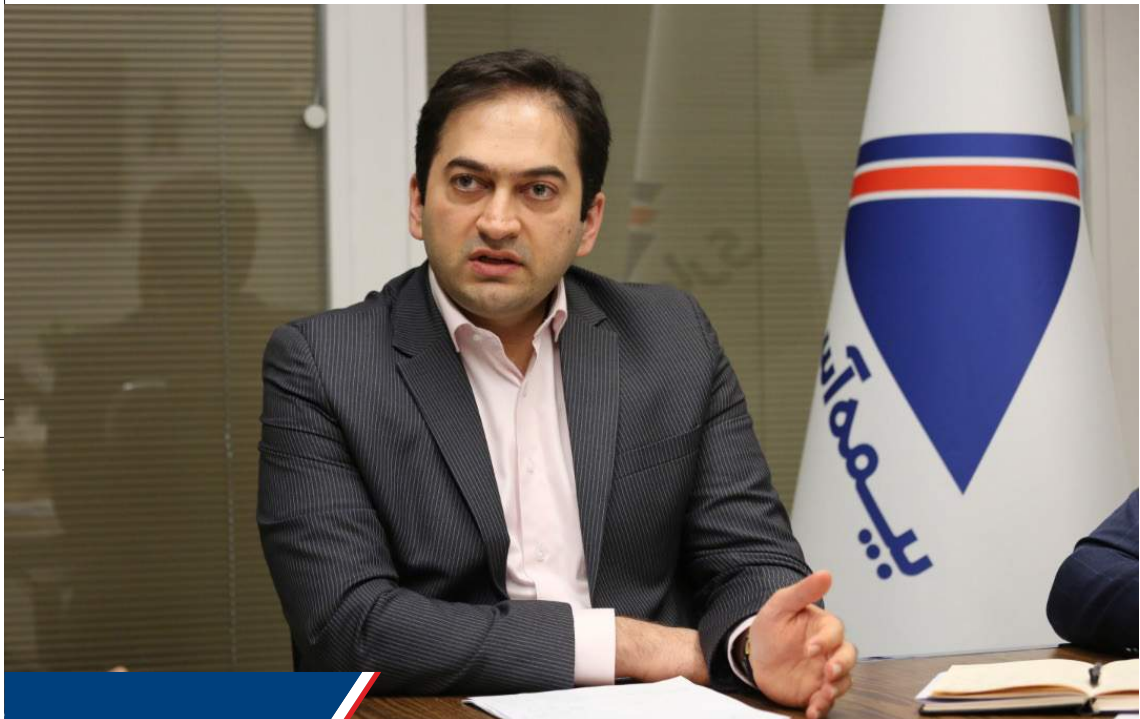


بیمه آسماری

بولتن ویژه نمایندگان

شماره ۱۷ . خرداد ۱۴۰۰

www.asmari-insurance.com



دیدگاه‌های مدیرعامل شرکت بیمه آسماری درباره بیمه‌های اتومبیل؛

حق بیمه‌ها با ریسک‌ها متناسب نیست

مدیرعامل شرکت بیمه آسماری معتقد است «پارامتریک» شدن بیمه‌نامه‌ها می‌تواند به عادلانه شدن حق بیمه و در نتیجه اقبال بیشتر مردم به صنعت بیمه منتهی شود. به گفته علیرضا یزدان دوست، این که میان حق بیمه یک خودروی بدون حرکت در طول سال با یک خودروی دارای استفاده معمول هیچ تفاوتی نباشد، ناگوار است، در حالی که دنیا اکنون میان رنگ خودروها نیز در محاسبه حق بیمه تفاوت قائل است.

شخص ثالث که به تازگی در کشور ما در حال مطرح شدن است، موضوعی است که سالهاست در کشورهای توسعه یافته پیاده سازی شده است. در برخی کشورها، پارامترهای موضوع محاسبه حق بیمه و صدور بیمه نامه، بسیار گسترده و ریز شده است، به طوری که حتی رنگ ماشین و یا محله ای که دارنده خودرو در آن ساکن است نیز در محاسبات حق بیمه در نظر گرفته می شود. این روشها منطق درستی هم دارند. به عنوان مثال افراد جوان، خودروهایی با رنگ‌های تند را می‌پسندند، پس از روی رنگ خودرو می‌توان دریافت که راننده آن ریسک بیشتر ایجاد می‌کند.

این که مالک خودرو، پارکینگ اختصاصی دارد یا خودروی خود را کنار خیابان پارک می‌کند، بر حق بیمه اثرگذار است. اگر مالک خودرو در محله‌ای ساکن است که طی یک سال گذشته هیچ سرقت

سالهاست بیمه‌گران با این سوال از سوی بیمه‌گذاران مواجه اند که چرا خودروهای مشابه، حق بیمه یکسان می‌پردازند؟ این حق بیمه یکسان در حوزه بیمه‌های شخص ثالث بسیار شگفت آور است، اما در مورد بیمه‌های بدنه هم این موضوع آزاردهنده شده است. مثلا حق بیمه بدنه یک خودرو که در تمام طول سال حتی یک کیلومتر هم حرکت نکند، با حق بیمه خودرویی که هر روز از آن استفاده می‌شود تفاوتی ندارد. ماجرا چیست؟ محاسبات «پارامتریک» نه فقط در بیمه نامه خودرو، بلکه در همه بیمه‌نامه‌ها می‌تواند مطرح باشد، اما در حوزه بیمه‌های خودرو به دلیل فراگیری آن، ملموس تر است. واقعیت این است که حتی استفاده کننده خودرو هم می‌تواند ریسک متفاوت ایجاد کند. راننده محور شدن بیمه نامه

خودرویی در آن گزارش نشده است، باید حق بیمه کمتری بپردازد، اما اگر در محله ای ساکن است که ماهیانه یک بار سرقت خودرو در آن رخ داده است، طبیعتاً باید حق بیمه بیشتری بپردازد. به طور کلی «پارامتریک کردن» محاسبات حق بیمه با ریسک سنجی متناسب است، اما واقعیت این است که بستر ریسک سنجی در کشور ما چندان فراهم نیست.

چه بسترهایی به این منظور مورد نیاز

است؟

اگر سیستم های بیمه گران، پلیس، اورژانس و آتش نشانی به هم متصل بود، می توانست به شناسایی ریسک کمک کند. به عنوان مثال اگر ما بدانیم میزان آتش سوزی های رخ داده در شهرها، بیشتر به کدام مناطق مربوط است، می توانیم حق بیمه آتش سوزی را با آن متناسب کنیم. یا اگر بدانیم در کدام مناطق شهرها سرقت داخل خودرو بیشتر است، یا سرقت کلی خودرو در کدام مناطق بیشتر به وقوع می پیوندد، طبیعتاً می توانیم نرخ ها را متعادل کنیم. متأسفانه باید بگویم چنین رویکردی نه تنها میان سازمان های مختلف وجود ندارد، بلکه بیمه گران هم در این زمینه با هم توافقی ندارند.

یعنی بیمه گران می توانند اطلاعات خود

را با هم به اشتراک بگذارند؟

بله، اما من نگاه دیگری هم دارم. به عنوان مثال بیمه گران می دانند که در برخی نقاط کشور، به دلیل وقوع تصادف های متعدد، همواره بخش قابل توجهی خسارت مربوط به بیمه نامه های شخص ثالث یا بدنه اتومبیل را می پردازند. در چنین شرایطی، آیا نمی توانند به روشی مشترک برای کاهش موارد تصادف در این نقاط برسند؟ بدون شک این کار امکان پذیر است.

به چه شکلی امکان پذیر است؟ طبیعتاً

اصلاح هندسی جاده ها هزینه های زیادی دارد که بیمه گران از پس آن بر نمی آیند. این کار نهادهای مسئول مانند وزارت راه و شهرسازی است.

بله، اما راه های دیگری را باید دنبال کنیم. می توان از روش های کم هزینه مانند اطلاع رسانی، قراردادن موانع یا امثال آن استفاده کرد که در عین کاهش میزان تصادفات، هزینه های پرداختی شرکت های بیمه را هم بسیار کاهش می دهد. به طور کلی من معتقدم روش مدیریت ریسک فقط این نیست که ما از عدد خسارت به تعرفه برسیم، بلکه می توانیم عدد خسارت را تغییر دهیم.

تجربه مشخصی در این زمینه وجود

دارد؟

«کرونا» تجربه نزدیک و دقیقی از همین ماجرا بود. شیوع این بیماری باعث کاهش سفرها شد و در نتیجه میزان خسارت های خودرویی کاهش قابل توجهی داشت. حال ما باید به دنبال مولفه غیرکرونايي در این زمینه باشیم.

این گونه اقدامات از طریق قانون گذاری

باید انجام شود، یا این که به تعاملات درونی بیمه گران هم مربوط است؟

ممکن است در حوزه هایی مانند ایجاد شبکه های بین سازمانی به قانون نیاز باشد، ولی بخش بسترسازی صنعت بیمه به قانون نیاز ندارد و فقط عزم بیمه گران را می طلبد. شرکت های بیمه باید متوجه شوند که به اشتراک گذاشتن داده ها، به نفع همه است.

چون بحث قانون شد، خوب است بپرسم

حالا که مدت قابل توجهی از اجرای قانون جدید بیمه نامه شخص ثالث گذشته است، ارزیابی شما از این قانون چیست؟

معتقدم قوانین در کشور ما باید حسب شرایط، به روزرسانی شوند. سرعت تغییر شرایط در کشور ما بسیار زیاد است، اما قوانین متناسب با آن تغییر نمی کنند. قانون جدید بیمه شخص ثالث دقیقاً با چنین وضعیتی مواجه است و از این رو به نظر من این قانون در حوزه هایی قابل نقد کردن است.

ما قانون را وضع کرده ایم تا مشکلاتی را حل کند، نه این که در کنار حل برخی مشکلات، مشکلات تازه را ایجاد کند. به عنوان مثال، موضوع «خودروی متعارف» از مواردی است که به افزایش پرونده های قضایی منجر شده است. در حال حاضر ممکن است در یک واقعه تصادف، ۱۰۰ میلیون تومان خسارت ایجاد شود، اما به موجب قانون، شرکت بیمه گر تنها بخشی از آن را بپردازد و زبان دیده مجبور شود برای استیفای حق خود، شکایتی را در قوه قضاییه ثبت کند. حتی دیده شده است زبان دیده از شرکت بیمه نیز شکایت کرده است.

معتقدم قوانین در کشور ما باید حسب شرایط، به روزرسانی شوند. سرعت تغییر شرایط در کشور ما بسیار زیاد است، اما قوانین متناسب با آن تغییر نمی کنند. قانون جدید بیمه شخص ثالث دقیقاً با چنین وضعیتی مواجه است و از این رو به نظر من این قانون در حوزه هایی قابل نقد کردن است.



در چنین شرایطی، نه تنها فروش آنلاین، بلکه حتی فروش بیمه نامه شخص ثالث رخ داد، ایجاد امکان فروش آنلاین بود. این تحول، تا چه اندازه به فروش بیمه نامه کمک کرد؟

به موضوع جالبی اشاره کردید. به نظر می‌رسد که هدف از صدور آنلاین، فروش ساده تر و تسهیل امور باشد که ما از آن فروش بیشتر را هم نتیجه‌گیری خواهیم کرد، اما ارزیابی ما از فروش سه ماهه نخست امسال نشان می‌دهد که میزان فروش بیمه نامه شخص ثالث، حدود ۲۰ درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته کاهش داشته است. این در شرایطی است که داشتن این بیمه‌نامه، اجباری است.

راهکار مناسب به این منظور از نظر شما چیست؟

اصلاح حق بیمه ها بر ارائه راهکارهای جدید فروش بیمه نامه مقدم است. من معتقدم باید ساختار محاسبه حق بیمه اصلاح شود که یکی از راهکارهای آن می‌تواند پارامتریک شدن محاسبه حق بیمه باشد.

به موضوع جالبی اشاره کردید. به نظر می‌رسد که هدف از صدور آنلاین، فروش ساده تر و تسهیل امور باشد که ما از آن فروش بیشتر را هم نتیجه‌گیری خواهیم کرد، اما ارزیابی ما از فروش سه ماهه نخست امسال نشان می‌دهد که میزان فروش بیمه نامه شخص ثالث، حدود ۲۰ درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته کاهش داشته است. این در شرایطی است که داشتن این بیمه‌نامه، اجباری است.

تحلیل این روند، بسیار ساده است. زمانی که نرخ دیه افزایش قابل توجهی داشته و در نتیجه حق بیمه شخص ثالث هم متناسب با آن رشد کرده‌است، در حالی که شرایط اقتصادی کشور نامطلوب است، پس عملاً خرید بیمه نامه برای مالک خودرو امکان پذیر نیست.

ما مدتها تلاش می‌کردیم «بیمه» را در سبدهزینه‌های زندگی به یکی از اولویت‌های برتر تبدیل کنیم، اما شرایط اقتصادی فضا را به سمتی برده‌است که «بیمه» اساساً جایگاهی در زندگی مردم ندارد.

زمانی که نرخ دیه افزایش قابل توجهی داشته و در نتیجه حق بیمه شخص ثالث هم متناسب با آن رشد کرده است، در حالی که شرایط اقتصادی کشور نامطلوب است، پس عملاً خرید بیمه نامه برای مالک خودرو امکان پذیر نیست.



بیمه آسماری

بولتن ویژه نمایندگان

شماره ۱۷ . خرداد ۱۴۰۰

www.asmari-insurance.com



مدیر بیمه های اموال شرکت بیمه آسماری:

روش صدور بیمه نامه شخص ثالث باید تغییر کند

مدیر بیمه های اموال شرکت بیمه آسماری معتقد است علاوه بر این که بیمه نامه شخص ثالث باید برای وسیله نقلیه صادر شود، برای راننده هم باید صادر شود و نحوه محاسبه حق بیمه آن هم باید تغییر کند. او می گوید: قانون جاری بیمه شخص ثالث هم خالی از اشکال نیست و می توان آن را در بلندمدت مورد تجدید نظر قرار داد. درباره بازار بیمه های اتومبیل، همکاری با استارت آپ ها، تقلب در دریافت خسارت از محل بیمه های اتومبیل و ... با صدیقه بهرام زاده گفت و گو کرده ایم.

از سوی دیگر با فراگیر شدن استفاده از خودرو و خطرات بالقوه ناشی از رانندگی با آن، طبیعی است که باید حمایت از اشخاص ثالث در قبال این روند تضمین می شد.

ولی اطلاعات موجود نشان می دهد با وجود این اجبار، هنوز هم بخش قابل توجهی از وسایل نقلیه، بیمه نامه شخص ثالث ندارند؟ این موضوع دلایل متعددی دارد که یکی از آنها، شرایط اقتصادی جامعه است. نکته دیگر این که بخش زیادی از خودروهای فاقد

به نظر شما چرا قانون گذار تاکید داشته است که بیمه شخص ثالث باید «اجباری» باشد، در حالی که سایر بیمه نامه ها چنین قیدی را ندارند؟

بیمه نامه شخص ثالث در واقع یک نوع بیمه نامه مسئولیت است و چون مسئولیت فرد را در قبال دیگران بیمه می کند، اجباری شده است. سایر بیمه نامه های مسئولیت نیز گرچه ممکن است از نظر قانونی اجباری نباشند، اما مقررات و آیین نامه های اجرایی، ضرورت آن ها را اجتناب ناپذیر کرده است.



در حال حاضر وقتی حادثه ای رخ می دهد که خسارت آن به دلیل اعمال ماده «خودروی متعارف» به طور کامل قابل تامین نیست، خسارت دیده حق دارد با مراجعه به محاکم قضایی، خسارت کامل را از شخص مقصر مطالبه کند، پس این روند به افزایش مراجعه به محاکم قضایی منتهی شده است که طبیعتاً مطلوب نیست.

از سوی دیگر اطلاعات آماری نشان می دهد با اجرای این قانون، تعداد بیمه نامه های بدنه صادره در کل صنعت نیز جهش معناداری را تجربه نکرده است.

شاید با راننده محور شدن بیمه

شخص ثالث، بخشی از این مسائل حل شود. راننده محوری که هنوز عملیاتی نشده و در حال جمع آوری اطلاعات است، اما از پیش نمی شود قضاوت کرد که راننده محور شدن می تواند به عادلانه شدن حق بیمه بیانجامد! باید کمی زمان بدهیم و ببینیم موضوع راننده محوری، چه روندی را طی خواهد کرد.

ارزیابی شما از حذف بیمه نامه کاغذی

شخص ثالث چیست؟

این اتفاقی بود که دیر یا زود باید رخ می داد، اما شیوع کرونا آن را تسریع کرد. البته پیشتر، زیرساخت حذف بیمه نامه کاغذی وجود نداشت و شرکت ها مجبور بودند اصل بیمه نامه را به بیمه گزار تحویل دهند تا در مواقع لازم آن را ارائه کنند. همچنین وجود یک سند کاغذی، اطمینان خاطر در بیمه گزار و حتی زیان دیده ایجاد می کرد. با این حال به مرور زمان همه در می یابند که وجود تعهد بیمه ای اهمیت دارد و کاغذ بیمه نامه موضوعیت ندارد. همین روند در موضوع تراکنش های بانکی هم طی شده است و دیگر کمتر کسی به رسیدهای کاغذی اهمیت می دهد، چرا که همه فعالیت های بانکی الکترونیکی شده است.

بیمه نامه، خودروهای کشاورزی هستند. همچنین خودروهایی که در روستاها تردد می کنند، به اعتقاد مالکانشان خطر کمتری تولید می کنند. برخی اعتقادات فردی نیز می تواند احساس عدم نیاز به خرید بیمه نامه شخص ثالث را در افراد تقویت کند. در نمونه های دیگر، مالکان خودروهای کم کارکرد معتقدند که دلیلی ندارد خودروی خود را بیمه کنند، چرا که اساساً از آن چندان استفاده نمی کنند. مجموع این عوامل نشان می دهد که روش صدور بیمه نامه شخص ثالث برای خودروها باید تغییر کند.

چه تغییری مد نظر شماست؟

به طور کلی می دانیم که در بسیاری از کشورها، همزمان با بیمه خودرو، مسئولیت «راننده» نیز در قبال اشخاص ثالث بیمه می شود. همچنین می توان حق بیمه را بر اساس میزان کارکرد خودرو محاسبه کرد. پیشتر و در جلسات کارشناسی متعددی پیشنهاد شده بود که حق بیمه شخص ثالث بر اساس بنزین مصرفی خودروها محاسبه شود، چرا که خودروی با کارکرد کم، طبیعتاً خطر کمتری نیز تولید می کند.

قانون جاری بیمه نامه شخص ثالث

که با اصلاحاتی نسبت به قانون قبلی همراه بوده است، تا چه اندازه توانسته نواقص این موضوع را از بین ببرد؟

به طور کلی می توان گفت که نگاه قانون به موضوع بیمه شخص ثالث، نگاه حمایتی است و اغلب ماده های این قانون همین دیدگاه را القا می کند. اساساً محاسبه حق بیمه هر رشته بیمه ای، بر اساس یکسری موازین عمومی و اختصاصی است که در چارچوب آیین نامه های مصوب شورای عالی بیمه، مستقلاً توسط شرکت های بیمه صورت می گیرد، اما حق بیمه شخص ثالث، از سوی بیمه مرکزی تعیین و به شرکت های بیمه ابلاغ می شود. تحلیل آماری حق بیمه شخص ثالث نشان می دهد که نگاه حمایتی در آن بر نگاه اقتصادی غالب بوده است.

یکی از موارد موجود در قانون جاری بیمه شخص ثالث، موضوع خودروهای متعارف است. در این مورد، نگاه به افشار آسیب پذیر وجود داشته است، اما گفته می شود قانون گذار نگاهی هم به لزوم افزایش تعداد بیمه نامه های بدنه داشته است؛ حال باید بررسی کنیم که کدام یک از این موارد محقق شده است؟

در حال حاضر وقتی حادثه ای رخ می دهد که خسارت آن به دلیل اعمال ماده «خودروی متعارف» به طور کامل قابل تامین نیست، خسارت دیده حق دارد با مراجعه به محاکم قضایی، خسارت کامل را از شخص مقصر مطالبه کند، پس این روند به افزایش مراجعه به محاکم قضایی منتهی شده است که طبیعتاً مطلوب نیست.



کمی هم به موضوع بیمه اتومبیل در شرکت بیمه آسماری بپردازیم. در حال حاضر کدام مزیت رقابتی می تواند افراد را به خرید بیمه نامه اتومبیل از شرکت بیمه آسماری ترغیب کند؟

در حوزه بیمه نامه شخص ثالث که رقابت قیمتی علی القاعده نباید وجود داشته باشد، چون نرخ ها به صورت ثابت از سوی بیمه مرکزی ابلاغ می شود.

تنها مزیت رقابتی شرکت های مناطق آزاد، معافیت مالیاتی بیمه نامه بود و همین باعث می شد که خرید بیمه نامه از این شرکت ها برای بیمه گزاران صرفه اقتصادی داشته باشد، اما با الزام همه شرکت ها به دریافت مالیات، طبیعی است که قدرت رقابت قیمتی این شرکت ها از جمله بیمه آسماری از بین رفت. در چنین شرایطی، تنها با ارائه خدمات مطلوب هنگام صدور بیمه نامه یا ارزیابی و پرداخت خسارت می توان به مصاف رقبا رفت.

گویا برخی شرکت ها در حوزه فروش اقساطی اقدامات گسترده ای انجام داده و توانسته اند نظر مشتریان را جلب کنند.

فروش اقساطی مطابق آیین نامه اعلامی بیمه مرکزی باید انجام شود. این که کسانی بخواهند تعداد اقساط را افزایش دهند و یا اصطلاحاً فروش از دم قسط داشته باشند، خلاف آیین نامه است. البته شنیده ام که در این موارد، نمایندگان برخی شرکت ها با استفاده از تنخواه در اختیار خودشان، حق بیمه را ابتدا با شرکت تسویه کرده و سپس آن را به صورت اقساطی از بیمه گزار وصول می کنند که در مواردی ممکن است به فروش با قیمت بیشتر هم بیانجامد.

به هر حال شرکت بیمه آسماری ترجیح می دهد به این حواشی ورود نکند و فقط از روش های قانونی استفاده کند. نکته دیگر این که همه مشتریان هم فقط به دنبال مقایسه قیمتی

بیمه نامه ها نیستند و نحوه ارائه خدمات هم برای آنها اهمیت دارد.

یکی از موضوعات مبتلابه صنعت بیمه در حوزه بیمه های اتومبیل، خسارت های تقلبی است که عدد آن هم قابل ملاحظه است. شرکت بیمه آسماری تا چه اندازه توانسته است در کنترل این خسارت ها موفق باشد؟

ما هم مثل همه بیمه گران، نگاه موشکافانه ای به این مساله داریم. به نظر من، یک بیمه گزار به تنهایی نمی تواند کار متقلبانه انجام دهد و یک سازمان دهی مشخص در این زمینه وجود دارد. تا کنون جلسات متعددی در این زمینه برگزار شده و نمایندگان از قسوه قضاییه و پلیس هم در جمع بیمه گران حضور داشته اند، اما باید دید که نتیجه چه خواهد شد.

فروش اقساطی مطابق آیین نامه اعلامی بیمه مرکزی باید انجام شود. این که کسانی بخواهند تعداد اقساط را افزایش دهند و یا اصطلاحاً فروش از دم قسط داشته باشند، خلاف آیین نامه است.



▲ آخرین سوال من درباره همکاری با استارت آپ هاست که به عنوان یک کانال فروش جدید و در عین حال پر سود برای بیمه‌گران انتخاب شده است. شما تجربه همکاری با آنها را دارید؟

ما هنوز برای همکاری با آنها به توافق درون سازمانی نرسیده ایم، چرا که بررسی‌ها نشان می‌دهد اغلب شرکت‌های بیمه از فروش در فضای استارت آپ‌ها چندین رضایت ندارند.

جلسات برگزار شده میان شرکت‌های بیمه از این حکایت دارد که استارت آپ‌ها با ارائه تخفیف‌های غیرمنطقی، بازار را آشفته کرده‌اند. در رشته بیمه شخص ثالث که قیمت‌ها به معنای واقعی کلمه ثابت است، این استارت آپ‌ها با ترندهای غیربیمه‌ای تخفیف اعمال می‌کنند. چنین شرایطی می‌تواند برای بازار بیمه ناگوار باشد.

آنچه واضح است این است که به میزانی که بیمه‌گران به این موضوع حساسیت دارند، سایر نهادهای مرتبط نسبت به آن حساس نیستند.

البته به نظر من شرکت‌های بیمه بیشتر در آرای سهل‌گیرانه و غیر دقیق متضرر می‌شوند، چرا که قضاوت‌کننده معتقد است خسارت از محل «بیت‌المال» پرداخت می‌شود، در حالی که این خسارت از حق بیمه همه بیمه‌گزاران در حال پرداخت است.

یکی از دلایلی که باعث شده است در تصادف موتورسیکلت و اتومبیل، تقریباً همواره اتومبیل مقصر شناخته شود، این است که قضات نگاه همراه با رفت به موتورسواران دارند و ترجیح می‌دهند خسارت حادثه از محل بیمه نامه اتومبیل پرداخت شود.

بیمه بدنه اجباری نیست، اما الزامی است

اطلاعات بیمه گزاران در کشور ما بیشتر به بیمه های اتومبیل باز می گردد. با این حال گستردگی دامنه حوادث مرتبط با اتومبیل، باعث شده است که داده های این رشته بیمه ای بسیار وسیع باشد. در این نوشتار، به بررسی برخی از عمده ترین موضوعات مرتبط با بیمه اتومبیل پرداخته ایم.



بیمه آسماری

بولتن ویژه نمایندگان

شماره ۱۷، خرداد ۱۴۰۰

www.asmari-insurance.com



بیمه اتومبیل چیست؟

به طور کلی بیمه خودرو برای جبران خسارت‌های ناشی از تصادفات یا حوادث رانندگی است که به خودرو یا شخص ثالث وارد می‌شود. بیمه خودرو تنها شامل اتومبیل‌ها نیست و کامیون، موتورسیکلت و به طور کلی انواع وسایل نقلیه موتوری را در بر می‌گیرد.

بیمه شخص ثالث، نام آشناترین بیمه خودرو

اگر صاحب خودرو باشید احتمالاً با بیمه شخص ثالث آشنا هستید. این بیمه مهم‌ترین و معروف‌ترین بیمه خودرو است، زیرا تهیه و خرید آن برای همه وسایل نقلیه موتوری، اجباری است و از تردد خودروهای فاقد آن جلوگیری می‌شود. بیمه شخص ثالث در زمان بروز حوادث رانندگی، تعهدات مالی به فرد یا افراد آسیب دیده، تعهدات جانی به فرد یا افراد آسیب دیده و تعهدات جانی به راننده مقصر را تحت پوشش خود قرار می‌دهد. تعهدات مالی فرد یا افراد آسیب دیده شامل هزینه خسارت وارد شده به خودرو می‌شود. در واقع، بیمه شخص ثالث فرد مقصر، هزینه‌های تعمیر خودرو شخص زیان دیده را پوشش می‌دهد. در صورتی که آسیب جانی به فرد یا افرادی در تصادفات وارد شود، باز هم بیمه شخص ثالث به کمک راننده مقصر خواهد آمد و هزینه درمان یا دیه کامل فرد زیان دیده را پرداخت می‌کند. در حالت آخر نیز اگر آسیب جانی به راننده مقصر وارد شود (نقض عضو یا فوت) باز هم بیمه شخص ثالث هزینه خسارت‌ها را پوشش می‌دهد. البته سقف پوشش در تعهدات جانی راننده مقصر کمتر از سقف پوشش در تعهدات مالی در هنگام وارد شدن خسارت جانی به فرد یا افراد زیان دیده دیگر است.

نرخ بیمه بدنه و بیمه شخص ثالث چقدر

است؟

نرخ بیمه شخص ثالث بر اساس فاکتورهایی مانند نوع خودرو و مدل آن، سال ساخت، سابقه عدم خسارت، تاریخ سر رسید بیمه، کاربری اتومبیل و تخفیف بیمه خودرو تعیین می شود.

مهم ترین و تأثیر گذارترین نکته در تعیین حق بیمه بدنه نیز نوع خدمات فرعی است که بیمه شده انتخاب می کند. هر چه تعهدات بیشتری در بیمه نامه گنجانده شود، نرخ بیمه بدنه نیز بیشتر خواهد شد.

بیمه بدنه، پوشش هزینه

خسارت های وارد شده به خودرو

بیمه بدنه برخلاف بیمه شخص ثالث اجباری نیست، اما به دلیل پوشش های جذاب و کاربردی طرفداران زیادی دارد. معمولاً اکثر افراد در هنگام خرید بیمه خودرو هر دو نوع بیمه شخص ثالث و بیمه بدنه را تهیه می کنند. بیمه بدنه علاوه بر پوشش انواع حوادث از جمله تصادفات رانندگی مواردی مانند آتش سوزی خودرو و سرقت خودرو را تحت پوشش قرار می دهد. این موارد به عنوان خطرات اصلی بیمه بدنه شناخته می شوند و پوشش های اجباری در بیمه خودروی آسماری هستند.

علاوه بر خطرات اصلی، دسته ای دیگر از پوشش ها به عنوان خطرات فرعی بیمه بدنه وجود دارند که شامل سرقت لوازم جانبی خودرو، هزینه رفت آمد، هزینه توقف، بلایای طبیعی، پاشیدن مایعات شیمیایی و اسید، حذف استهلاک، شکسته شدن شیشه و... می شوند.

آیا بیمه شخص ثالث مشمول تخفیف می شود؟

مطابق اعلام بیمه مرکزی، شرکت های بیمه می توانند حداکثر تخفیف ۲.۵ درصدی را برای فروش بیمه نامه شخص ثالث ارائه کنند.

تخفیف عدم خسارت بیمه شخص ثالث چیست؟

تخفیف بیمه شخص ثالث یکی از مهم ترین مواردی است که می تواند هزینه حق بیمه را به شکل قابل توجهی کاهش دهد. بیمه گذاری که در طول مدت قرارداد سال گذشته خود از محل بیمه نامه شخص ثالث خسارتی دریافت نکرده باشد، در تمدید بیمه نامه مشمول تخفیف نقدی خواهد شد. با افزایش سال های عدم دریافت خسارت، مبلغ تخفیف نیز بیشتر خواهد شد.



بولتن ویژه نمایندگان

شماره ۱۷ . خرداد ۱۴۰۰

info@asmari-insurance.com





میزان تعهد مالی بیمه شخص ثالث آسماری چقدر است؟

حداقل پوشش مالی بیمه شخص ثالث در سال ۱۴۰۰ معادل ۱۶۰ میلیون ریال و سقف آن نیز برابر با ۳۲۰ میلیون تومان از طرف بیمه مرکزی تصویب شده است.

آیا بیمه شخص ثالث و سرنشین، شامل راننده نیز می شود؟

بر اساس قوانین بیمه با اضافه شدن تعهدات بیمه سرنشین به بیمه شخص ثالث، راننده نیز تا سقف یک دیه کامل در ماه غیر حرام تحت پوشش قرار می گیرد.

چه خطراتی تحت پوشش

بیمه بدنه نیست؟

خسارت‌هایی که طبق آئین‌نامه بیمه بدنه، نمی‌توانند توسط بیمه آسماری پوشش داده شوند عبارتند از:

- خسارت‌های ناشی از جنگ، شورش، حمله یا اعتصاب
- خسارت‌های ناشی از انفجارهای هسته‌ای
- خسارت‌هایی که به صورت عمدی توسط بیمه‌گذار، ذی‌نفع یا راننده خودرو به آن وارد می‌شوند
- خسارت‌هایی ناشی از حوادثی که علت وقوع آن، استفاده از مشروبات الکلی، مواد روانگردان یا مخدر باشد
- خسارت‌هایی که در اثر بکسل کردن وسیله نقلیه دیگری به خودرو وارد می‌شود
- خسارت‌هایی که به دلیل حمل بار بیش از حد به خودرو وارد می‌شود



برای دریافت خسارت

بیمه شخص ثالث آیا حضور طرفین حادثه در شرکت بیمه الزامی است؟

در صورت نداشتن گزارش پلیس، حضور طرفین حادثه همراه با وسائط نقلیه الزامی است.

جریمه دیرکرد خرید

بیمه شخص ثالث چقدر است؟ مبلغی معادل حداکثر یک سال حق بیمه اجباری شخص ثالث برای مدت زمانی که بیمه گزار فاقد بیمه نامه شخص ثالث است.





بولتن ویژه نمایندگان

شماره ۱۷. خرداد ۱۴۰۰

info@asmari-insurance.com

چه مواردی تحت پوشش بیمه شخص ثالث نیست؟

طبق قانون، خسارت وارد شده به وسیله نقلیه راننده مقصر در حادثه، تحت پوشش بیمه شخص ثالث قرار ندارد. شما می‌توانید با تهیه بیمه بدنه این هزینه‌ها را نیز تحت پوشش بیمه قرار دهید و از پرداخت هزینه‌های اضافی جلوگیری کنید. علاوه بر این، خسارت وارد شده به محموله‌های وسیله نقلیه مسبب حادثه و خسارت‌های ناشی از مواد خاص مانند تشعشعات اتمی و رادیواکتیو، تحت پوشش بیمه شخص ثالث قرار ندارند.



با انتقال مالکیت خودرو، تکلیف بیمه نامه بدنه آن چیست؟

در صورت انتقال مالکیت موضوع بیمه به هر یک از انحاء قانونی، بیمه‌گذار می‌تواند بیمه‌نامه را فسخ و حق بیمه مدت باقیمانده بیمه‌نامه خود را مسترد کرد. در صورت عدم فسخ بیمه‌نامه، چنانچه مالک جدید به تعهدات بیمه‌گذار در مقابل بیمه‌گر عمل کند، تعهدات بیمه‌گر در قبال مالک جدید ادامه خواهد یافت.



راننده محوری بیمه شخص ثالث آهسته و پیوسته*

تبصره ۱ ماده ۱۸ قانون جدید بیمه شخص ثالث در تلاش است ترکیبی از ویژگی‌های راننده و ویژگی‌های وسیله نقلیه را در محاسبه حق بیمه لحاظ کند. در واقع این تبصره با هدف جایگزین کردن فاکتور راننده به جای فاکتور مالک، واقعی کردن حق بیمه‌ها و همچنین کاهش ضریب خسارت در این رشته بیمه‌ای تنظیم شده است.



اشخاص را نیز در بیمه نامه لحاظ کرد. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد تا ۸۵ درصد بیمه‌گزاران شخص ثالث، راننده وسیله نقلیه هم هستند و این نشان می‌دهد تا حد قابل قبولی می‌توان اطلاعات بیمه‌گزاران را به عنوان راننده وسیله نقلیه نیز درج کرد.

راننده محور شدن بیمه نامه شخص ثالث برای بیمه‌گزاران حقوقی با رانندگان متعدد نیز به عنوان یک مساله مهم در این پروژه مطرح است. در چنین مواقعی پیشنهاد شده است که موسسه حقوقی، آسماری و ویژگی‌های رانندگان خود را به شرکت بیمه‌گر اعلام کند و یا کلوز موسسه حقوقی با رانندگان مجاز و بدون ذکر نام طراحی شود.

بیشتر پیشنهاد شده بود که در فروش بیمه‌نامه شخص ثالث به اقشار ضعیف‌تر جامعه تخفیف‌هایی در نظر گرفته شود، اما جمع بندی خبرگان صنعت این بود که تخفیف بیشتر باید به وسیله نقلیه با کیفیت بهتر تعلق بگیرد و رانندگان نیز برای استفاده از تخفیف‌های مرتبط با رانندگی، باید به استفاده از ابزارهای تلماتیک که امکان کنترل ریسک را فراهم می‌کنند، رو بیاورند.

نیاید این دیدگاه در جامعه ایجاد شود که راننده محور شدن بیمه شخص ثالث به معنای افزایش حق بیمه است، بنابراین باید میانگین حق بیمه ثابت بماند و در کنار آن برای رانندگان کم ریسک، حق بیمه کمتری در نظر گرفته شود.

حتی می‌توان نوع گواهینامه را با تاثیر مثبت در محاسبه حق بیمه در نظر گرفت. به عنوان مثال می‌توان به رانندگانی که گواهینامه پایه یک دارند، هنگام بیمه کردن خودروهای سواری تخفیف بیشتری ارائه کرد، چون طبیعتاً مهارت این افراد در رانندگی زیاد است.

اکنون متغیرهای قابل لحاظ در محاسبه حق بیمه احصا شده است. در حوزه ویژگی‌های فردی راننده، سن، جنسیت، تاریخ اخذ گواهی نامه، نوع گواهینامه، گذارندن دوره‌های آموزشی رانندگی ایمن و کم‌خطر و نیز سوابق رانندگی مانند نمرات منفی و تخلفات اهمیت دارد، اما دریافت این اطلاعات الزاماتی هم دارد.

به عنوان مثال، فرم‌های پیشنهاد صدور بیمه‌نامه‌های شخص ثالث و نیز نرم افزارهای صدور باید اصلاح شوند، به طوری که امکان درج مشخصاتی مانند آسماری و مشخصات رانندگان اصلی و فرعی و نیز میزان استفاده آنها از اتومبیل، وضعیت معاینه فنی و وضعیت ایمنی وسیله نقلیه در آنها درج شود. همچنین باید درج این اطلاعات الزامی باشد، به طوری که بدون ثبت آنها، امکان صدور بیمه نامه وجود نداشته باشد.

نبود درک یکسان از موضوع راننده محور شدن نیز یک چالش است، به طوری که برخی نهادهای ذیربط از تبادل اطلاعات در این حوزه امتناع می‌کنند. در چنین شرایطی، روش راننده محور کردن بیمه نامه شخص ثالث فعلاً فقط با لحاظ کردن ویژگی‌های فردی راننده ممکن است، اما در بلند مدت باید اطلاعات تکمیلی مربوط به رانندگی

گذارندن دوره رانندگی ایمن و کم‌خطر از الزامات بیمه‌نامه شخص ثالث راننده محور است، گرچه این دوره‌ها هنوز الزامی نشده است، اما ارائه آموزش‌های تصویری می‌تواند در این حوزه بسیار تاثیرگذار باشد.

جلوگیری از ایجاد شوک قیمتی ناشی از تغییر فرهنگ بیمه ای نیز در عملیاتی کردن این پروژه الزامی است.

به نظر می رسد با اجرای این پروژه، دامنه نوسان مثبت و منفی ۲۰ درصد در حق بیمه ایجاد شود، اما نباید فراموش کرد که غرض بیمه گر از این اقدام، منصفانه کردن حق بیمه متناسب با نوع رانندگی است، بنابراین نباید هدف دیگری بر آن متصور بود. بررسی ها نشان می دهد که لحاظ کردن ویژگی های راننده و ویژگی های خودرو از زمان های بسیار دور در کشورهای توسعه یافته مد نظر بوده است و این روش، هر چه سریعتر باید در کشور ما نیز پیاده سازی شود.

«برگرفته از

گزارش پژوهشی

شماره ۲۸ پژوهشکده بیمه

گذراندن دوره رانندگی ایمن و کم خطر از الزامات بیمه نامه شخص ثالث راننده محور است. گرچه این دوره ها هنوز الزامی نشده است، اما ارائه آموزش های تصویری می تواند در این حوزه بسیار تاثیرگذار باشد.

در حوزه اجتماعی نیز ابعاد مختلف این اقدام می تواند مد نظر قرار گیرد. در حوزه مدیریت برند، پیشنهاد شده است به جای عنوان «راننده محور شدن»، از عبارت «روپکر اعمال ویژگی های راننده» استفاده شود. همچنین تاکید شده است که پیش از بیمه گزاران، این بیمه گران هستند که باید نسبت به ابعاد مختلف این موضوع توجیه شوند. اعمال مرحله ای ویژگی های راننده در صدور بیمه نامه الزامی است و باید همزمان با توسعه زیرساخت ها باشد. به عبارت دیگر، راننده محور کردن بیمه نامه شخص ثالث، اقدامی لحظه ای نیست، بلکه کاملاً تدریجی است. ایجاد اجماع رسانه ای به منظور



بیمه آسماری

بولتن ویژه نمایندگان

شماره ۱۷. خرداد ۱۴۰۰

info@asmari-insurance.com

رفتار خوب نماینده، ضامن پرتفوی آینده



بیمه آسماری

بولتن ویژه نمایندگان

شماره ۱۷ . خرداد ۱۴۰۰

www.asmari-insurance.com

شاید این سوال مطرح باشد که «وقتی حق بیمه شخص ثالث ثابت است، چرا مشتری باید از میان انبوهی از شرکت های بیمه، «بیمه آسماری» را به عنوان بیمه گر خود انتخاب کند؟ تصور عمومی این است که مشتریان همواره به دنبال برندهای مطرح، شناخته شده و بزرگ می گردند، اما تجربه بازار خلاف این را نشان می دهد. اکنون شرکت بیمه آسماری با وجود این که نسبت به بسیاری از رقبای خود سابقه فعالیت کمتری دارد، اما با ارائه خدمات مطلوب توانسته است برای خود جایگاه ویژه ای در میان مشتریان ایجاد کند. این بار به سراغ دو نفر از مشتریان وفادار شرکت در حوزه بیمه های اتومبیل رفته ایم و از آنها پرسیده ایم که چرا بیمه آسماری را به عنوان شرکت بیمه گر خود انتخاب کرده اند؟

«محمد علی قاسم زاده»، یکی از مشتریان خدمات شرکت بیمه آسماری است. او که کارمند بخش خصوصی است و در منطقه جلفا سکونت دارد، می گوید که چند سالی است همه بیمه نامه هایش را از بیمه آسماری خریداری می کند. او نقش تبلیغات در آشنایی با خدمات شرکت بیمه آسماری را بسیار زیاد می داند، به طوری که خودش هم از همین طریق با شرکت آشنا شده است و در ادامه با پرس و جو، توانسته مزایای خدمات بیمه آسماری را با دیگر شرکت ها مقایسه کند. قاسم زاده می گوید: آنچه در نهایت من را نسبت به شرکت بیمه آسماری وفادار کرد، نوع رفتار نماینده ای بود که به آن مراجعه کردم. نماینده شرکت، بسیار مودب، مسلط و حرفه ای برخورد می کرد. به همه سوالات من پاسخ می داد و خوشرویی او اجازه نمی داد که به شرکت دیگری فکر کنم. همین رویه باعث شده است که این مشتری شرکت بیمه آسماری، نه تنها بیمه نامه های شخصی، بلکه بیمه نامه های محل کار خود را نیز به شرکت بیمه آسماری واگذار کند. قاسم زاده که یک بار هم تجربه تصادف با خودرویش را داشته و برای دریافت خسارت به شرکت مراجعه کرده است، می گوید: من به سرعت و بدون روال اداری دست و پاگیر، توانستم خسارت خود را به راحتی دریافت کنم. او می گوید که مجموع این عوامل باعث شده است هنگام تهیه بیمه نامه، هرگز به مقایسه قیمتی فکر نکند و بدون هیچ تردیدی، شرکت بیمه آسماری را به عنوان بیمه گر خود انتخاب کند.

«ابراهیم صادقی» مشتری دیگر شرکت بیمه آسماری در منطقه جلفاست که فروشگاه کفش دارد. او در مدت کوتاهی که مشتری شرکت شده است، یک تصویر مثبت از بیمه آسماری در ذهن خود دارد و آن را مدیون ارائه درست خدمات شرکت از سوی شبکه فروش می داند. او با اشاره به این که یک بار تجربه دریافت خسارت از شرکت بیمه آسماری را دارد، گفت: در یک واقعه تصادف با اتومبیل، به طور همزمان پلیس و نماینده شرکت بیمه را از موضوع مطلع کردیم. نکته جالب این بود که نماینده شرکت بیمه، خیلی زودتر از پلیس در محل تصادف حاضر شد و همین موضوع، اعتماد ما به بیمه آسماری را دو چندان کرد. به گفته صادقی، چندین شرکت برای انجام عملیات بیمه گری به او معرفی شده اند، اما او پس از تجربه موفقیتی که از همکاری با شرکت بیمه آسماری داشته است، هرگز به فکر تغییر بیمه گرش نخواهد افتاد. او «خدمات دهی صحیح» را بر «قیمت گذاری» مقدم می داند و با بیان این که نباید برای کمی صرفه جویی مالی، به دنبال بیمه گری رفت که وضعیت خدمات دهی آن نامشخص است، می گوید: من همه دوستانم را به خرید بیمه نامه از شرکت بیمه آسماری توصیه کرده ام.



چالش های شبکه فروش بیمه آسماری با بیمه های اتومبیل

سخت است، اما می فروشیم

بیمه های اتومبیل گرچه شناخته شده و تا حدی اجباری اند، اما فروش آنها چندان هم ساده نیست. شرایط اقتصادی باعث شده است که حتی بیمه گزاران در خرید بیمه نامه شخص ثالث هم تا حدودی با تردید مواجه باشند. چالش های شبکه فروش در این حوزه چیست و چطور می توان این چالش ها را برطرف کرد؟ تعدادی از فعالان حوزه فروش شرکت بیمه آسماری به این مسائل پرداخته اند.

شرکت ها بود، اما با وضع مالیات بر بیمه نامه ها، متأسفانه شرایط به هم خورد. اکنون بیمه گزاران ترجیح می دهند در شرایط قیمتی یکسان، بیمه نامه خود را از یک شرکت بیمه با سابقه تر خریداری کنند.

البته این شرایط در رشته شخص ثالث کمی آزردهنده است، اما در رشته بیمه بدنه به دلیل وجود تخفیف های فنی تا نرخ ۷۰ درصد، جذابیت لازم برای مشتریان ایجاد می شود.

از سوی دیگر، برخی رقبای ما بیمه نامه اتومبیل را به صورت اقساط ۱۲ ماهه می فروشند. این هم به دلیل قراردادی است که شرکت بیمه با یک بانک منعقد کرده است و در نتیجه جذابیت بسیار بالایی برای مشتری ایجاد می کند.



مهدی جلیل القدر
رئیس شعبه ارس

پیش از تصویب قانون جدید، فروش بیمه نامه در مناطق آزاد از پرداخت مالیات معاف بود. همین رویه باعث شده بود که خرید بیمه نامه از شرکت های بیمه مناطق آزاد به صرفه باشد و بازار، به نفع این

با افزایش قیمت هایی که در بازار خودرو ایجاد شده است و نیز تاثیر مکررات مربوط به خودروی نامتعارف، اغلب دارندگان اتومبیل به فکر تهیه بیمه نامه بدنه اتومبیل هستند، اما طبیعی است که قیمت بیمه نامه نیز باید متناسب با شرایط اقتصادی بیمه گزاران باشد. در چنین شرایطی، شرکت بیمه آسماری باید به ارائه خدمات مطلوب و البته تبلیغات وسیع تر رو بیاورد. تنها با این روش هاست که می توان مشتریان بالقوه را به مشتریان بالفعل تبدیل کرد.



داود فلاحتی
نماینده شعبه ارس

گرچه فروش بیمه شخص ثالث در مقایسه با بیمه نامه های دیگر بیشتر است، اما نباید نقش اجباری بودن آن را هم فراموش کنیم. با این حال، فروش بیمه نامه بدنه اتومبیل هم کم نیست و این نشان از توسعه کم و بیش فرهنگ بیمه دارد. واقعیت این است که با افزایش تعداد شرکت های بیمه و نیز افزایش تعداد نمایندگان، بازار بسیار رقابتی شده است و همه برای فروش بیمه نامه به تکاپو افتاده اند. در چنین شرایطی، اعتماد مشتری به شرکت بیمه و برند آن، حرف اول را می زند. بوده اند مشتریانی که به شرکت های بزرگ مراجعه کرده اند،



تلاش کرده ام تا حد ممکن با سازمان های موجود در منطقه مذاکره کنم تا خدمات بیمه ای لازم را از طریق شرکت بیمه آسماری دریافت کنند.

اما هنگام دریافت خسارت با چالش مواجه شده اند. شرکت های کوچکی مانند بیمه آسماری به دلیل این که حجم پرتفوی کمتری دارند، تلاش می کنند در زمان ارائه خدمات، اعتماد مشتری را جلب کنند و البته در این مسیر هم موفق بوده اند.

من از ظرفیت های در اختیار خودم برای تبلیغ خدمات شرکت استفاده می کنم. اطلاع رسانی حضوری در جمع های دوستانه، استفاده از پیامک های شخصی و نیز بهره مندی از ارتباط های کاری، روش هایی است که من از آنها برای فروش استفاده می کنم.

البته نباید روش های فروش اقساطی یا تخفیف های غیرفنی یا غیرحرفه ای رقبا را نیز دست کم گرفت و حداقل باید برای باقی ماندن در این بازار، به فکر راه های تازه ای برای جلب نظر مشتریان بود.



مهران بحرکانی
نماینده شعبه اروند

متأسفانه استقبال از خرید بیمه نامه بدنه اتومبیل، کم است و بیشتر مردم ترجیح می دهند بیمه نامه شخص ثالث اجباری را خریداری کنند. با این حال من همه تلاشم را برای اطلاع رسانی درباره ضرورت داشتن بیمه نامه بدنه انجام می دهم و در این مسیر از فضای مجازی به بهترین شکل استفاده می کنم. من مخاطبان زیادی دارم که اغلب آنها جزو کاربران فضای مجازی هستند. چون نام من به عنوان نماینده یک شرکت بیمه در منطقه شناخته شده است، طبیعی است که محتوای تولیدی توسط من و یا توصیه هایی که برای خرید بیمه نامه ارائه می کنم، مورد توجه قرار می گیرد.

همچنین تلاش کرده ام تا حد ممکن با سازمان های موجود در منطقه مذاکره کنم تا خدمات بیمه ای لازم را از طریق شرکت بیمه آسماری دریافت کنند.

پیگیری و پاسخگویی کارشناسان شعبه باعث شده است که عموم بیمه گزاران، نگاه خوبی به شرکت بیمه آسماری داشته باشند، اما باید پذیرفت که کار کردن در فضای به شدت رقابتی با انبوهی از چالش ها و سختی ها، به زمان نیاز دارد.



ناصر خضاعی
نماینده شعبه کیش



نوشین پاکدین
نماینده شعبه بوشهر

گر چه افزایش نرخ ها می توانست تاثیر منفی بر فروش بیمه نامه بگذارد، اما از سوی دیگر افزایش نرخ دیه باعث شده است که کمتر کسی جرات نخریدن بیمه نامه شخص ثالث را داشته باشد! همچنین با گران شدن خودرو، بسیاری از مالکان تلاش می کنند به هر قیمتی که شده است، بیمه نامه بدنه را خریداری کنند، چرا که اکنون آسیب دیدن قطعات خودرو در حوادث به سادگی قابل جبران نیست.

من پیشنهاد کرده ام در مناطقی مانند کیش که یک جزیره بسته و محدود است، پوشش سرقت کلی خودرو از بیمه نامه بدنه حذف شود. با این اقدام، بخش قابل توجهی از حق بیمه کسر خواهد شد و در نتیجه میزان فروش بیمه نامه به شدت افزایش خواهد یافت.

گزارش های پلیس نشان می دهد در جزیره کیش، میزان سرقت کلی خودرو نزدیک به صفر است و در چنین شرایطی، دلیلی وجود ندارد که چنین پوششی در بیمه نامه فروخته شود. این پوشش می تواند فقط برای خودروهایی فروخته شود که قصد خروج از جزیره را دارند.

هر چه تعداد فروش بیمه نامه شخص ثالث خوب است، تعداد فروش بیمه نامه بدنه نامطلوب است و ما قرار است به زودی با یک برنامه جدی در این زمینه تحول ایجاد کنیم. متأسفانه ارائه نرخ های غیرفنی در بازار بیمه های بدنه، باعث ایجاد رقابت ناسالم شده است. از سوی دیگر، حتی کسانی که قصد خرید بیمه نامه بدنه را دارند، سعی می کنند حداقل پوشش ها را دریافت کنند تا حداقل حق بیمه را بپردازند.

همچنین مسائل فرهنگی مختص منطقه عسلویه نیز باعث شده است که فروش بیمه نامه غیراجباری با چالش های جدی مواجه باشد، با این حال ما همه تلاش خود را به کار می گیریم تا شرایط را تغییر دهیم. من در طول دوران فعالیتیم، همواره حفظ مشتری را بر میزان کارمزد دریافتی مقدم دانسته ام و همین رویه باعث شده است که دایره مشتریانم بسیار گسترده باشد. همچنین ارائه خدمات مطلوب و نیز مشاوره های بیمه ای را سرلوحه کارم قرار داده ام.



سید محمد مهدی پیرزنده
نماینده شعبه قشم

فروش بیمه نامه شخص ثالث در حوزه فعالیت ما خوب است، اما فروش بیمه نامه بدنه به دلیل شرایط اقتصادی و اعتقادی، قابل توجه نیست. با این حال تجربه ثابت کرده است که اگر مشاوره خوب به مشتری ارائه شود، بدون شک زمینه خرید محصولات بیمه ای در او ایجاد خواهد شد.

روش هایی مانند فروش اقساطی بیمه نامه توسط سایر شرکت ها هم نقش مهمی در جلب نظر بیمه گزاران دارد و اگر ما هم بتوانیم این روش را توسعه دهیم، سهم بیشتری از بازار خواهیم داشت.



نگاهی به واقعیت افزایش تعرفه های درمان در سال جاری؛ ۶۰ درصد در دو ضرب



وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در بهمن ماه سال ۱۳۹۹ طی یک اقدام کم سابقه، تعرفه های درمانی را که معمولاً در اوایل سال جدید اعلام می شود، با افزایش حدود ۲۵ درصدی نسبت به تعرفه های جاری اعلام و آن را از همان زمان لازم الاجرا اعلام کرد. استدلال تصمیم گیرندگان - که به نظر منطقی هم می آمد - این بود که تعدیل تعرفه ها اگر قبل از پایان سال انجام شود، تکلیف مراکز درمانی و شرکت های بیمه روشن می شود و آنها همچون سالهای قبل، چند ماه اول سال جدید را در سردرگمی و بلاتکلیفی به سر نخواهند برد.

واقعیت افزایش تعرفه ها نسبت به سال ۱۳۹۹ نیست. به عبارت دیگر، این افزایش با توجه به تغییرات اعلام شده در اواخر سال ۱۳۹۹، به طور متوسط حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد است و نه ۲۸ درصد! این نسبت افزایش البته برای متوسط تمام مزایای رایج بیمه نامه های درمان تکمیلی است و همان گونه که در جدول (۱) نیز مشاهده می شود، در مواردی مانند ضریب «کای» فنی خدمات تشخیصی و درمانی (پارا کلینیکی، ام آر آی، سی تی اسکن، سونو، رادیولوژی و ...) حدود ۸۶ درصد، برای تخت - روز در بیمارستان خصوصی حدود ۸۲ درصد و در مورد کای فنی کلیه خدمات و مراقبت های سلامت (شامل اطاق عمل و...) ۵۶ درصد است. ویزیت پزشکان در صورت عدم استفاده از نسخ الکترونیک، افزایشی حدود ۳۸ درصدی داشته است و افزایش آن در صورت استفاده از نسخ الکترونیک نزدیک به ۶۳ درصد است.



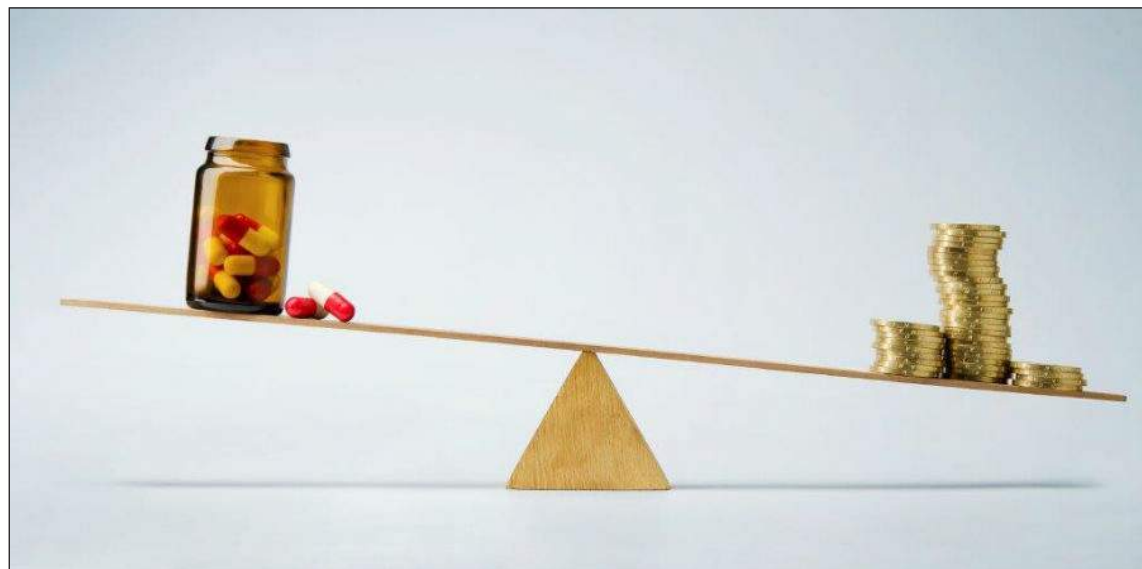
بهنام ایتاری

مشاور هیأت مدیره بیمه آسماری

برخی کارشناسان با توجه به نرخ تورم سالیانه، افزایش تعرفه درمانی با عدد اعلامی را خوشبینانه دانستند و تا حدودی منتظر ضرب دوم این افزایش در خرداد ماه سال ۱۴۰۰ بودند. با این حال ضرب دوم افزایش تعرفه در فروردین ماه و با ادعای معمول افزایش ۲۸ درصدی نسبت به تعرفه های سال ۱۳۹۹ مورد تصویب هیئت وزیران قرار گرفت. اعلام افزایش حدود ۲۸ درصدی تعرفه ها، بیان

جدول ۱: جدول تغییرات تعرفه های پزشکی

	تغییر %	1400	1399		
	22.20%	528,000	432,600	ضرایب ریالی کای حرفه ای کلیه خدمات و مراقبت های سلامت	
	56.00%	1,030,000	660,000	ضریب ریالی کای فنی کلیه خدمات و مراقبت های سلامت بر	
	22.13%	277,000	226,800	ضریب ریالی کای حرفه ای کلیه خدمات تشخیصی و درمانی	
	85.90%	644,000	346,300	ضریب ریالی کای فنی کلیه خدمات تشخیصی و درمانی	
	21.80%	329,000	270,000	ضریب ریالی کای حرفه ای دندانپزشکی	
	37.80%	455,000	330,000	ضریب ریالی کای فنی دندانپزشکی	
	39.70%	181,000	129,500	ضریب ریالی مواد و لوازم مصرفی دندانپزشکی	
درجه 1	80.70%	21,738,000	12,030,000	اتاق یک تختی	
درجه 1	80.70%	16,906,000	9,356,000	اتاق 2 تختی	
درجه 1	80.70%	2,414,000	1,336,000	همراه	
درجه 1	80.70%	27,774,000	15,370,000	سی سی یو	
درجه 1	80.70%	43,469,000	24,056,000	آی سی یو	
		1400	1399		
	تغییر %	تغییر %	نسخه	نسخه	
	62.60%	37.60%	527,000	446,000	پزشک عمومی
	62.60%	37.60%	800,000	677,000	متخصص
	62.60%	37.60%	1,014,000	858,000	فوق تخصص



دستمزد پزشک است که خود بر اساس مجموعه ای از هزینه‌های ریز و درشت متفاوت محاسبه می‌شود. «کای» فنی عموماً ناظر بر تجهیزات پزشکی و یا وسایل مصرفی پزشکی است و آن نیز براساس عوامل گوناگون و از جمله قیمت تمام شده یا جایگزین محاسبه می‌شود.

آنچه در تغییرات سال ۱۴۰۰ چشمگیر است، تفاوت قابل ملاحظه میان افزایش این دو ضریب است. در موارد درمان (بستری در بیمارستان و ...)، ضریب حرفه ای (دستمزد گروه پزشکی) ۲۲/۲ درصد افزایش داشته است، اما ضریب فنی (هزینه اطاق عمل، وسایل مصرفی و ...) نزدیک افزایش ۵۶ درصدی را نشان می‌دهد.

همین اختلاف اما با تفاوت بیشتر در بخش خدمات تشخیصی (پاراکلینیکی، آزمایشگاه و ...) مشاهده می‌شود. ضریب حرفه ای (کادر پزشکی) حدود ۲۲ درصد و ضریب فنی (استفاده از دستگاه ام آر آی و اسکن و سونوگرافی ...) نزدیک به ۸۶ درصد رشد نشان می‌دهد.

نرخ ارز و تحریم‌های بانکی، مهمترین عامل در این تفاوت چشمگیر است که بهای آن توسط مصرف کنندگان پرداخت می‌شود.

ترکیب خسارت در بیمه درمان تکمیلی

از نظر سهم هزینه در مزایای بیمه درمان تکمیلی، موارد بستری حدود ۳۶ درصد از هزینه و ۲/۵ درصد از تعداد، خدمات پاراکلینیکی ۳،۲۰۱ حدود ۱۳ درصد از هزینه و ۱۵ درصد از تعداد، خدمات آزمایشگاهی (پاراکلینیکی) حدود ۱۵ درصد از هزینه و ۲۰ درصد از تعداد، ویزیت و دارو حدود ۱۷ درصد از هزینه و ۵۶ درصد از تعداد و بالاخره خدمات دندانپزشکی حدود ۱۱ درصد از هزینه و ۳/۵ درصد از تعداد را تشکیل می‌دهند. نسبت‌های یاد شده مربوط به آمار خسارت حدود یک میلیون بیمه شده در طول سال ۱۳۹۹ با مزایا و سقف تعهدات متفاوت است و آن را باید با یک ضریب خطای احتمالی مثبت یا منفی ۳ تا ۵ درصدی مورد پذیرش قرار داد.

بستری طبّی-داروئی

سهم هزینه موارد بستری در بیمارستان (عمومی، مهم، زایمان) حدود ۳۶ درصد کل خسارت بیمه نامه‌ها را تشکیل می‌دهد و معمولاً از هر ۵ مورد بستری، ۳ مورد با درمان جراحی و ۲ مورد با درمان طبّی داروئی انجام می‌شوند.

در درمان طبّی-داروئی، خدمات تشخیصی (پاراکلینیکی و آزمایش) و ویزیت (متخصص در بخش)، دارو و بالاخره هتلینگ (تخت) نقش اصلی را ایفا می‌کنند و با مراجعه به جدول شماره (۱) مشخص می‌شود که هزینه دو بخش عمده از درمان طبّی-داروئی (پاراکلینیکی) و (تخت) حدود ۸۶ و ۸۱ درصد افزایش داشته‌اند، در نتیجه با معدل متوسط نزدیک به ۶۰ درصد افزایش در این نوع درمان روبرو خواهیم شد.

تفاوت چشمگیر افزایش «کای» فنی و حرفه ای ضریب «کای» حرفه ای عموماً ناظر بر

هزینه دو بخش عمده از درمان طبّی-داروئی (پاراکلینیکی) و (تخت) حدود ۸۶ و ۸۱ درصد افزایش داشته‌اند، در نتیجه با معدل متوسط نزدیک به ۶۰ درصد افزایش در این نوع درمان روبرو خواهیم شد.



بستری-جراحی

در موارد درمان-جراحی، هزینه های تیم جراحی (جراح-کمک-بیهوشی) و هزینه اطاق عمل، سهم بیشتری نسبت به سایر عوامل مانند هتلینگ، پاراکلینیکی، آزمایشگاه، ویزیت در بخش و... دارند. این نسبت در گذشته به طور متوسط ۶۰ به ۴۰ بوده است، ولی با افزایش ۸۶ درصدی «کای» فنی خدمات تشخیصی و درمانی (پاراکلینیکی) و افزایش ۸۱ درصدی هزینه تخت، این نسبت ممکن است تغییر یابد.

با فرض رعایت نسبت قبلی، متوسط افزایش در موارد بستری درمان جراحی حداقل ۵۰ درصد خواهد بود. این متوسط افزایش در موارد جراحی های مهم (قلب، مغز و...) با توجه به ضرورت بستری بیمار در ICU و CCU بیشتر به ۶۰ درصد متمایل خواهد شد.

خدمات تشخیصی

خدمات تشخیصی در بیمه نامه های درمان تکمیلی به نوعی شامل همه موارد پاراکلینیکی، آزمایش و ویزیت می شود و برای مدیریت ریسک به خدمات پاراکلینیکی ۴،۳،۲،۱ و ویزیت و دارو تقسیم شده است.

در ضریب «کای» فنی و حرفه ای همه خدمات تشخیصی به ترتیب ۸۶ و ۲۲ درصد افزایش داشته اند. از آنجا که ضریب «کای» حرفه ای بیشتر متوجه دستمزد کادر پزشکی-تشخیصی و ضریب کای فنی متوجه هزینه تجهیزات و یا لوازم مصرفی تجهیزات مورد استفاده (ام آر آی، اسکن، سونو، آزمایش و...) است، نسبت تغییر در هر یک از این خدمات متفاوت خواهد بود. این افزایش در خدماتی که دریافت آن مستلزم استفاده از فیلم و یا دستگاه است (پاراکلینیکی ۱)، بیشتر به افزایش ۶۰ درصدی و خدماتی که دریافت آن کمتر وابسته به اقلام مصرفی است، به افزایش ۴۰ تا ۵۰ درصدی سوق می یابند.

به عبارت دیگر هر آنچه در خدمات تشخیصی رابطه ای مستقیم یا حتی غیر مستقیم با قیمت ارز دارد، با افزایش بیشتری مواجه شده است.

ویزیت

پر تواترترین خسارت در پوشش بیمه های درمان تکمیلی، مزایای «ویزیت-دارو» است که به طور متوسط بیش از ۵۶ درصد از تعداد استفاده و ۱۸ درصد از هزینه را شامل می شود. تغییر عادی تعرفه ویزیت حدود ۳۷/۶ درصد در همه موارد پزشک عمومی، متخصص و فوق تخصص است.

آنچه در این تغییرات قابل توجه است، افزایش دو برابری ویزیت در زمانی است که پزشک از نسخه الکترونیک استفاده کند. بیمار و مصرف کننده (و یا بیمه گر) در صورت استفاده پزشک از نسخه الکترونیک باید بین ۸۰ هزار تا ۱۵۰ هزار ریال بیشتر از زمان استفاده از نسخه معمول (دفترچه و یا سربرگ پزشک) پرداخت کنند.

این تفاوت به منظور تشویق پزشکان به حذف نسخ کاغذی و استفاده از سیستم الکترونیک ثبت نسخ است و به خودی خودی امری خوب و لازم است، اما پرداخت هزینه آن از جیب مردم یا بیمه گر پذیرفتنی نیست. با فرض اینکه همه پزشکان در سال ۱۴۰۰ از نظام نسخه الکترونیک استفاده کنند، هزینه خسارت بیمه گر در زمینه ویزیت پزشک حدود ۶۳ درصد نسبت به سال قبل افزایش خواهد داشت.

چالش بیمه گر

وزارت بهداشت در زمان رونمایی از طرح «بیمه سلامت» در سال ۱۳۹۳ با وعده رعایت «شیب ملایم» رشد قیمت ها، با افزایش ۲ تا ۲/۵ تعرفه های درمانی، شوک بزرگی را به مصرف کنندگان و شرکت های بیمه وارد کرد.

گرچه از آن سال تاکنون تعرفه های پزشکی شاهد افزایش سالیانه ۲۰ تا ۲۵ درصدی هم بوده است، اما آثار حرکت «دو ضرب» دولت در اواخر سال ۱۳۹۹ و اول سال ۱۴۰۰، شوکی کمتر از آن حرکت یک ضرب سال ۱۳۹۳ ندارد.

حدود ۲۴ میلیون نفر از جمعیت کشور، تحت پوشش نوعی بیمه درمان تکمیلی هستند و سایر بخش های جمعیت نیز تحت پوشش بیمه سلامت و تأمین اجتماعی و یا سایر صندوق های بیمه ای هستند که همه آنها تحت تاثیر این افزایش قیمت قرار خواهند گرفت.

بیمه های درمان تکمیلی، سال ۱۳۹۹ را با نسبت خسارت متوسط ۵/۷۵ درصد سپری کردند. این نسبت که در صورت عدم شیوع و گسترش بیماری کرونا حتما بیشتر بود، با احتساب کارمزد، هزینه های کارشناسی، هزینه های اداری و صدور و با توجه به گردش سریع خسارت و عدم امکان سپرده گذاری حق بیمه، کماکان در مرز زیان

وزارت بهداشت در زمان رونمایی از طرح «بیمه سلامت» در سال ۱۳۹۳ با وعده رعایت «شیب ملایم» رشد قیمت ها، با افزایش ۲ تا ۲/۵ تعرفه های درمانی، شوک بزرگی را به مصرف کنندگان و شرکت های بیمه وارد کرد.



به همان نسبت های خسارت بالای ۱۰۰ درصد باز خواهد گشت.

راه حل چیست؟

گزینه ها زیاد نیستند. شرکت های بیمه می توانند با ندیده گرفتن افزایش تعرفه در سال ۱۴۰۰ و ادامه ارزان فروشی و نرخ شکنی، بازار خود را حفظ کنند و یا حتی افزایش دهند، اما در پایان سال با ضریب خسارت بیش از ۱۳۰ درصدی کنار بیایند و یا با توجه به افزایش تعرفه ها، نرخ های واقعی به بیمه گزار ارائه کنند.

در حالت دوم و با توجه به پایداری رکود اقتصادی در کوتاه مدت و میان مدت، یا از تعداد کل بیمه شدگان کم خواهد شد و یا شرکت های «رقیب» این مشتریان را با نرخ های غیر واقعی به خود جلب خواهند کرد. در چنین شرایطی، آنها نفع بلند مدت را فدای وسوسه «رشد» ظاهری کوتاه مدت و «تقدینگی» خواهند کرد.

به جاست که نهاد ناظر و سایر سازمان ها از جمله سندیکای بیمه گران ایران و پژوهشکده بیمه با اطلاع رسانی در این زمینه اقدامات لازم را انجام دهند.

در هر حالت، زیان اصلی متوجه مصرف کننده نهایی (مردم و بیمه شدگان) است و چه این تغییر از طریق افزایش سهم «پول از جیب» باشد و چه افزایش «حق بیمه»، بار اصلی مانند همیشه بر دوش آنها خواهد بود.

قرار دارد. گزارش تحلیلی از آمار عملکرد مقدماتی صنعت بیمه در سال ۱۳۹۹ نیز گویای همین مطلب است.

همین آمار نشان می دهد که گرچه رشته درمان از نظر سهم در کل پرتفوی صنعت بیمه، جایگاه دوم را بعد از رشته بیمه شخص ثالث دارد، اما از نظر نرخ رشد، چه در حق بیمه تولیدی و چه در تعداد بیمه نامه صادره جایگاه مناسبی ندارد.

بیمه درمان از نظر نرخ رشد با ۱۵/۸ درصد، عملاً بعد از رشته بیمه حوادث قرار دارد و از نظر تعداد بیمه نامه صادره نیز با رشد منفی ۸۵/۴ درصدی بعد از بیمه اعتبار (منفی ۹۸/۹ درصد)، مقام یکی مانده به آخر را در جدول رشته های بیمه ای به خود اختصاص داده است.

تحلیل این عملکرد در سالی که انتظار می رفت تقاضا برای این رشته به دلیل بیماری کرونا افزایش یابد، نیازمند بررسی مفصل تری است و آمار یاد شده نیز مقدماتی تلقی می شوند، اما بدیهی است که نمی توان آن را خارج از آثار رکود اقتصادی، کاهش درآمد مشتریان، کاهش چشمگیر بیمه های مسافرتی و خارج شدن آن از این سبد بررسی کرد.

صنعت بیمه با چنین شرایطی به استقبال افزایش ۵۰ تا ۶۰ درصدی تعرفه های درمانی می رود و عملاً نه تنها همه آن کاهش نسبت خسارت سال قبل را از دست خواهد داد، بلکه بدون چاره اندیشی

رتبه بندی شعب بیمه آسماری

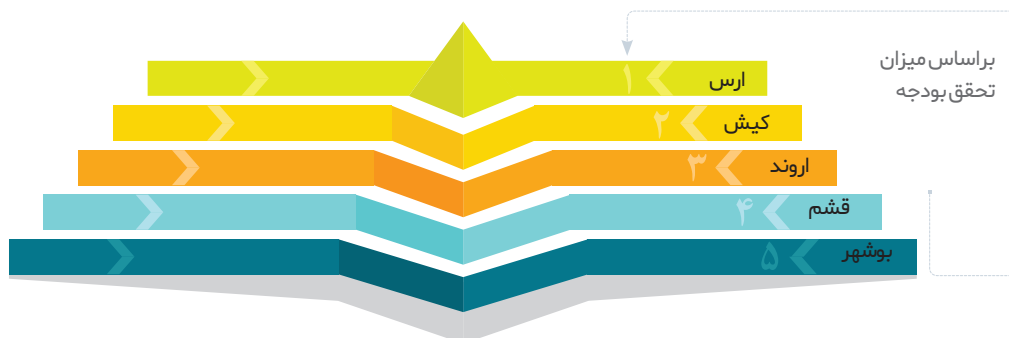
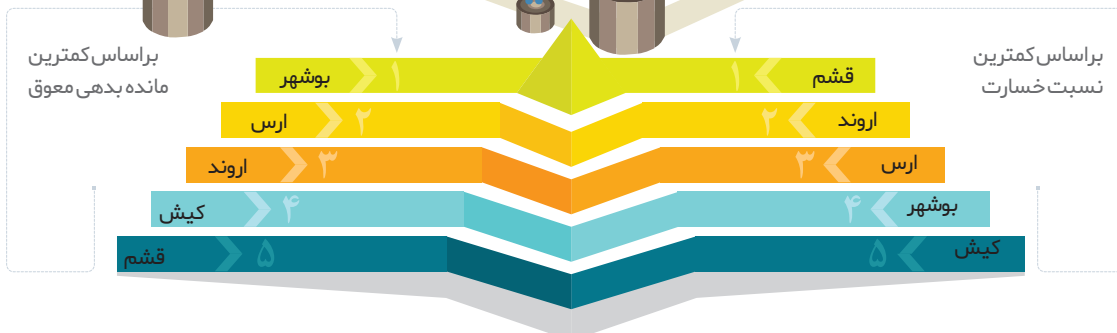
۱۴۰۰/۰۱/۰۱ لغایت ۱۴۰۰/۰۳/۳۱



بولتن ویژه نمایندگان

شماره ۱۷ . خرداد ۱۴۰۰

www.asmari-insurance.com



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	۰۷۶۴-۴۴۲۱۴۹۱۳	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	---

