

## بیمه زندگی خاورمیانه



## بازاریابی تخصصی



تهیه و تدوین: سحر میرزائی چشمه

رئیس اداره تحقیق و توسعه فروش

تأیید: مسعود همدانلو

معاونت بازاریابی و فروش

واحد بازاریابی و فروش

به روز رسانی تیر ۱۴۰۲



## فهرست:

مقدمه .....	۱
۱-بازاریابی تخصصی .....	۵
۱-۱-احساس نیاز و داشتن هدف .....	۵
۱-۲-تعهد داشتن و احساس مسئولیت .....	۷
۱-۳-آموزش تکنیک‌های فروش و بازاریابی .....	۸
۱-۴-آموزش فنی رشته‌های بیمه‌ای .....	۹
۱-۵-ابزارهای لازم برای شروع فعالیت .....	۹
۲-مراحل دستیابی به موفقیت در بازاریابی تخصصی بیمه زندگی .....	۱۱
۲-۱-گام‌های رسیدن به موفقیت در زمینه فروش .....	۱۱
۲-۱-۱-تهیه لیست اسامی مشتریان بالقوه .....	۱۲
۲-۱-۲-فراخوانی افراد منتخب به جلسه معارفه .....	۱۴
۲-۱-۳-برگزاری جلسه معارفه محصولات با اشخاص منتخب .....	۱۷
۲-۱-۴-پیگیری و اطمینان از ارائه کامل اطلاعات به افراد منتخب .....	۱۸
۲-۱-۵-معرفی فروش محصولات و خدمات .....	۲۰
۲-۲-گام‌های رسیدن به موفقیت در زمینه جذب نماینده .....	۲۱
۲-۲-۱-تهیه لیست اسامی نمایندگان بالقوه .....	۲۱
۲-۲-۲-فراخوانی افراد منتخب به جلسه معارفه .....	۲۲
۲-۲-۳-برگزاری جلسه معارفه سازمان فروش با اشخاص منتخب .....	۲۶
۲-۲-۴-پیگیری و اطمینان از ارائه کامل اطلاعات به افراد منتخب .....	۲۸



- ۲-۲-۵- معرفی سازمان فروش و مزایا..... ۲۹
- ۲-۳- مزایای بازاریابی تخصصی بیمه زندگی..... ۳۰
- ۳- معرفی فنی محصولات و خدمات شرکت بیمه زندگی خاورمیانه..... ۳۳
- ۳-۱- بیمه مستمری و بازنشستگی تکمیلی..... ۳۶
- ۳-۲- بیمه مستمری آنی..... ۴۱
- ۳-۳- بیمه تمام عمر..... ۴۳
- ۳-۴- بیمه عمر ساده زمانی..... ۴۴
- ۳-۵- انواع پوشش‌های تکمیلی..... ۴۶
- ۴- سازمان فروش..... ۵۰
- ۴-۱- چارت سازمان فروش..... ۵۲
- ۴-۲- نحوه رشد در سازمان..... ۵۳
- ۵- فرم‌های مورد نیاز..... ۵۷
- فرم شماره ۱ (تهیه لیست مشتریان بالقوه)..... ۵۷
- فرم شماره ۲ (تهیه لیست نمایندگان احتمالی)..... ۵۸
- فرم شماره ۳ (جدول امتیازدهی)..... ۵۹
- فرم شماره ۴ (جدول ۵۰ نفر منتخب)..... ۶۰
- پیوست‌ها..... ۶۱
- آیین نامه نماینده جذب..... ۶۱



## مقدمه

به جمع ما خوش آمدید.

همانگونه که می‌دانید از گذشته تا به حال انسان‌ها تمدن‌های متفاوتی را پشت سر گذاشته‌اند، اکنون در عصری که بر پایه اطلاعات و تکنولوژی استوار است زندگی می‌کنیم. دوره‌ای که بیش از هر دوره دیگر تاریخ تمدن بشریت، با سرعت در حال تغییر و تحول است. آیا خود را برای این تغییر و تحولات آماده کرده‌اید؟ یا همچنان مانند گذشته به فعالیت‌های خود ادامه می‌دهید؟

در عصری که موج سوم تمدن (موج الکترونیک) در حال گذر است باید بتوانید با ذکاوت بالا بر این موج سوار شوید تا بتوانید زندگی را در سایه آرامش و اطمینان از آینده بگذرانید. عصری که بر پایه اطلاعات و ارتباطات، تحولات عظیمی در همه زمینه‌ها به ویژه کسب و کارها ایجاد کرده‌است. کسب و کارهای اینترنتی مانند فروشگاه‌های مجازی، دوره‌های آموزش مجازی و آنلاین، سفارش آنلاین غذا و ...، ظرف مدت کوتاهی به وجود آمده و ارتباطات را افزایش داده‌است.

باید یاد بگیرید که تجارت و کسب و کار شخصی خود را راه‌اندازی کنید و مسئولیت مسائل مالی خود را برعهده گیرید تا بتوانید آنگونه که می‌خواهید درآمد کسب کنید. وقتی شما یاد بگیرید که چگونه می‌توان از طریق بازاریابی تخصصی بیمه خدمات را به دست مشتریان برسانید، همچنین به اطرافیان خود آموزش دهید و فرصت پیش‌رو را به آن‌ها نیز هدیه دهید، پس از مدتی خواهید دید که به هر آنچه که می‌خواهید دست خواهید یافت.

این شیوه بازاریابی نیازمند داشتن دانش کافی و صبر و پشتکار می‌باشد با این تفاوت که شما برای خودتان کار می‌کنید، هر ساعتی که بخواهید می‌توانید به مسائل شخصی خود بپردازید و در واقع می‌توانید آنگونه که می‌خواهید زمان را مدیریت کنید.



روشی که به شما معرفی می‌کنیم استقلال مالی شما را تضمین می‌کند و در اکثر کشورهای پیشرفته به اقتضای تغییرات به وجود آمده در دنیای ارتباطات و اطلاعات بیشترین ظهور و گسترش را داشته‌است که علاوه بر جذابیت مالی که برای شما خواهد داشت به شما یاد می‌دهد که سیستمی پویا طراحی کنید که برای شما فعالیت کند که در این دفترچه برای شما شرح می‌دهیم.

**"در هر چهار دقیقه یک نفر میلیونر می‌شود شما هم می‌توانید یکی از این افراد باشید."**

### (برایان تریسی)

حتماً پیش خود فکر می‌کنید شروع هر کار جدیدی نیازمند داشتن سرمایه زیادی است و به قول معروف "سنگ بزرگ نشانه نزدن است." باید به شما بگویم که شما سخت در اشتباهید، چرا که برای انجام این کار باید تنها فردی آموزش‌پذیر و آموزش‌دهنده باشید تا بتوانید در این راه موفق باشید. یعنی با صرف وقت و انرژی، آموزش ببینید که چطور یک بیمه‌نامه را بفروش برسانید و یاد بگیرید که چگونه آموخته‌های خود را به دیگران آموزش دهید.

کار خود را جدی بگیرید، از آنجائی که شروع این کار نیاز به سرمایه زیادی ندارد و به تناسب همین امر ریسک کمتری با خود در پی دارد، نباید موجب گردد که این کار را جدی نگیرید. اگر می‌خواهید در این راه موفق شوید باید تلاش مستمر و روزانه انجام دهید. در واقع سرمایه اصلی مورد نیاز این کار زمانی است که شما برای رسیدن به موفقیت صرف می‌کنید. زمانی که آنقدر با ارزش است که هیچ‌گاه به شما بازگشت داده نمی‌شود. ممکن است در ابتدای شروع کار اطرافیان شما، به دلیل عدم آگاهی کامل از نحوه فعالیتتان شما را از شروع و انجام این کار منع کنند و صرف وقت برای آن را بیهوده بپندارند.

باید این مسأله را بدانید که با توجه به مشارکت شرکت و بازاریاب در انجام امور شرکت، به نظر می‌رسد که شرکت کار اصلی را انجام می‌دهد، در صورتیکه ۸۰٪ موفقیت یک شرکت به بازاریابی مؤثر آن بستگی دارد.

زیرا اگر فروشی نباشد کسب و کاری نیز وجود نخواهد داشت. نقش شما به عنوان بازاریاب تخصصی شرکت بسیار حیاتی است. پس خودتان را دست کم نگیرید.



## فصل اول

### بازاریابی تخصصی



## ۱-بازاریابی تخصصی

به منظور شروع فروش بیمه‌نامه مراحل زیر را باید انجام دهید و گام‌های موفقیت در این روش را طبق مفاهیم ارائه شده در فصل بعد اجرا نمایید.

### ۱-۱-احساس نیاز و داشتن هدف

برای اینکه بتوانید برنامه‌ریزی خوبی داشته باشید، باید بدانید که چه چیزی می‌خواهید تا برای رسیدن به آن برنامه‌ریزی کنید. در واقع باید بدانید که در هر بعد از زندگی خود چه هدف یا اهدافی دارید. به طور مثال مشخص کنید تا پایان هر ماه کسب چه میزان درآمدی را برای خود پیش‌بینی می‌کنید؟ براساس توانایی و منابع در دسترس خود هدف قابل دسترسی خود را تعیین نمایید. همچنین باید بتوانید با افراد رابطه خوبی برقرار کنید، اگر شما بتوانید بیاموزید که چگونه هدف‌گذاری کنید می‌توان گفت بزرگترین و مهم‌ترین قدم به سوی موفقیت را برداشته‌اید. برای موفقیت در این روش بازاریابی حتی اگر تا کنون هیچ چیز را نفروخته باشید اما در رابطه‌سازی توانمند باشید اصل راه را طی کرده‌اید.

### آنچه ذهن انسان بتواند تصور کند، می‌تواند به دست آورد.

یکی از تفاوت‌های میان انسان و ربات داشتن آرزو و دیدن رویاست. در واقع رویا آن چیزی است که در بیرون هست اما شما آن را ندارید. توجه داشته باشید رویایی که برای رسیدن به آن برنامه‌ای داشته باشید "هدف" نام دارد.

اهداف باید دارای ویژگی‌های خاصی باشد، اکثر صاحب‌نظران برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری از واژه SMART برای هدف‌گذاری استفاده می‌کنند. این اصطلاح به معنی هوشمند است و اگر این واژه به حروفش بشکنیم مخفف عباراتی می‌شود که ویژگی هدف را در خود نهفته دارد.





**S, Specific**: هدف مشخص و خاص شما باشد. باید مشخص کنید هدفی که می‌خواهید به آن برسید از چه جنسی است. شاید رسیدن به یک چیز برای شما از اهمیت بالایی برخوردار باشد که برای دیگران کم اهمیت است. پس هدف خاص خود که برای دستیابی به آن برنامه‌ریزی نموده‌اید از همان ابتدا مشخص نمایید.

**M, Measurable**: قابل اندازه‌گیری باشد. هدف باید قابل توصیف و اندازه‌گیری باشد. اگر هدفتان دستیابی به پول است، باید میزان آن را دقیقاً مشخص کنید. اگر هدفتان خرید یک اتومبیل است باید تمامی ویژگی‌های اتومبیل مورد نظرتان را از جمله؛ مدل، رنگ، سیستم صوتی و ... آن را کاملاً مشخص کنید و در دستیابی به آن کاملاً جدی رفتار نمایید.

**A, Achievable**: قابل دسترسی باشد. هدفی تعیین کنید که رسیدن به آن با شرایط و امکانات فعلی و کنونی که در اختیار دارید، یا در آینده خواهید داشت، قابل دسترسی باشد.

**R, Realistic**: هدف مورد نظر معقولانه انتخاب گردد. واقع‌بینانه هدف خود را مشخص کنید، به طور مثال اگر درآمد ماهیانه شما در حال حاضر یک میلیون تومان است، هدف خود را برای درآمد ماهیانه صد میلیون تومان انتخاب نکنید زیرا دستیابی به این هدف کاملاً دور از منطق است.

**T, Time Bound**: دستیابی به هدف را موعددار کنید. رسیدن به هدف را در مدت زمان مشخصی محدود کنید و در بازه زمانی که تعیین کرده‌اید برای رسیدن به آن تلاش کنید.

یکی دیگر از خصوصیات که در انتخاب اهدافتان باید در نظر بگیرید این است که اهداف باید قابل تجزیه به هدف‌های کوچکتر باشد. اهدافتان را به اجزاء کوچکتر تقسیم کنید و برای هر کدام زمانی را مشخص نمایید. این مسأله از آن جهت اهمیت دارد که وقتی اهداف را به اجزای کوچکتر تجزیه می‌کنید واقعی‌تر و قابل دسترس‌تر خواهند شد و می‌توانید اقدامات لازم برای رسیدن به هر یک را تعیین نمایید. زمانی که به هر جزء از هدف خود در مدت زمان تعیین شده دست یابید انگیزه و انرژی بیشتری برای دستیابی به هدف اصلی و کلی خواهید داشت.



اهدافتان را به هدف‌های یکساله، ماهانه، هفتگی و حتی روزانه تقسیم کنید. اهداف هر روز را مشخص کنید و در انتهای روز میزان دستیابی به هدف را بررسی نمائید و هدف روز بعد را بر اساس آن تعیین کنید. اگر بتوانید روزانه به اهداف مشخص خود برسید، پس از گذشت یک ماه خواهید دید که به اهداف تعیین شده ماهانه خود دست پیدا کرده‌اید.

نکته دیگری که در هدف‌گذاری باید به آن توجه ویژه داشته باشید این است که اهداف خود را در یک دفترچه یا تقویم روزشمار یادداشت کنید، این نکته را توهین به حافظه خود تلقی نکنید زیرا نوشتن اهداف به روی کاغذ اولین قدم در راستای انتقال فکر به واقعیت است. اهدافتان را با جملات مثبت یادداشت کنید تا از تحقق آن‌ها بیشتر اطمینان حاصل کنید.

## ۱-۲- تعهد داشتن و احساس مسئولیت

تعهد یعنی تصمیم گرفتن و پای آن ایستادن. تعهد نوعی احساس مسئولیت درونی است.

تعهد به دو دسته تقسیم می‌شود:

-تعهدی که فرد برای انجام کاری به دیگری دارد، فرد به منظور ایجاد رضایت و یا رسیدن سود و منفعت به دیگری کاری را انجام می‌دهد. فرد بابت این نوع از تعهد حقوق ثابت دریافت می‌کند و در ساعات تعیین شده برای انجام کار حاضر می‌شود. غالباً نام این نوع تعهد را "شغل" می‌نامند.

-تعهدی که فرد بر مبنای نگرش شخصی خود دارد و صرفاً برای خود کار می‌کند. در اینجا رئیس معنی ندارد و فرد برای رشد و ارتقاء خود تلاش می‌کند.

این نکته را همواره در نظر داشته باشید که تعهد باید واقع‌گرایانه باشد نه محافظه‌کارانه. یعنی اگر به سیستم فروش خود اطمینان دارید میزان فروش خود را می‌زانی که واقعاً به آن دست خواهید یافت پیش‌بینی کرده و تعهد نمائید. تعهد شما همچنین باید به تدریج رشد کند و میزان فروش شما افزایش یابد. علاوه بر میزان فروش تعداد افرادی که به عنوان نماینده، جذب سازمان فروش شرکت کرده‌اید نیز باید افزایش یابد. این تعهد شما بر اساس عمل شما سنجیده می‌شود. شما باید ابتدا به صورت کوتاه‌مدت میزان کار خود در هفته، ماه و سال را تعهد نمائید. (کار یعنی مجموع اقدامات از جمله فروش بیمه‌نامه، جذب نماینده جدید، آموزش



نمایندگان جدید جذب شده و ایجاد انگیزه در آن‌ها) تنها چیزی که می‌تواند به استمرار کاری شما کمک کند و پایه‌های ذهنیتان را در سازمان محکم نماید، تعهد است.

در راستای تحقق اهداف خود و شرکت بیمه زندگی خاورمیانه گام بردارید. سازمان خود را ایجاد کنید، بیمه‌نامه به فروش برسانید و نماینده‌هایی خبره جذب کنید که همانند شما توانایی فروش بیمه‌نامه داشته باشند، با ایجاد این سیستم هم به اهداف شخصی خود خواهید رسید و هم شرکت بیمه زندگی خاورمیانه را در رسیدن به اهدافش یاری می‌نماید. اینکه بتوانید اهداف شخصی خود را با شرکت بیمه زندگی خاورمیانه همسو سازید توانسته‌اید به مشتریان و جامعه در اشاعه فرهنگ بیمه‌های زندگی خدمت نمائید و به تعهدات خود جامه عمل بپوشانید.

### ۱-۳- آموزش تکنیک‌های فروش و بازاریابی

همانگونه که پیش‌تر گفته شد بازاریابی تخصصی مستلزم این است که شما فردی یادگیرنده باشید. همچنین بتوانید آموخته‌هایتان را بدون کم و کاست به افراد دیگر نیز انتقال دهید. به همین منظور باید به طور کامل مفاهیم گفته شده در این دفترچه را به خوبی مطالعه نموده تا در فروش و آموزش‌های آتی خود به کار بندید.

این نکته را فراموش نکنید که شما شروع کننده و به وجود آورنده سازمان خود هستید و با اتکاء بر فروش خود و آموزش به دیگران بیشترین درآمد را کسب خواهید کرد.

پس خشت اول را که "خودتان هستید" صاف بگذارید. و فراموش نکنید باید بتوانید سه نکته اساسی: ایجاد سازمان فروش، بازاریابی و فروش را به درستی بیاموزید، آموزش دهید و به مرحله اجرا درآورید.



#### ۴-۱- آموزش فنی رشته‌های بیمه‌ای

به منظور آگاهی از نام و خصوصیات فنی محصولات شما باید بتوانید با دریافت کد نمایندگی و اعلام آمادگی در جلسات آموزش فنی و فروش که شرکت بیمه زندگی خاورمیانه برگزار می‌نماید شرکت کنید. مفاهیم را به خوبی فرا گیرید. همچنین دفترچه، آموزش و راهنمای محصولات در پورتال نمایندگان قابل دریافت است.

#### ۵-۱- ابزارهای لازم برای شروع فعالیت

برای شروع به موارد زیر نیاز خواهید داشت:

- ✓ یک دفترچه یادداشت یا یک سررسید، به منظور ثبت اهداف فروش، تعهدات و رویدادهای روزانه و همچنین زمان و مکان ملاقات هر روز.
- ✓ فرم‌های موردنیاز که در قسمت پیوست می‌باشد.
- ✓ کاتالوگ و بروشور محصولات بیمه زندگی خاورمیانه
- ✓ جزوات آموزش فنی محصولات بیمه زندگی خاورمیانه به صورت Pdf
- ✓ فرم پیشنهاد محصولات بیمه زندگی خاورمیانه
- ✓ موبایل و اینترنت همراه جهت استعلام شرایط بیمه‌نامه از پورتال نمایندگان شرکت بیمه زندگی خاورمیانه
- ✓ کارت ویزیت



## فصل دوم

### مراحل دستیابی به موفقیت در بازاریابی

#### تخصصی بیمه زندگی



## ۲- مراحل دستیابی به موفقیت در بازاریابی تخصصی بیمه زندگی

به منظور دستیابی به موفقیت در بازاریابی تخصصی بیمه زندگی باید بتوانید مراحل که در این فصل برایتان بازگو می‌کنیم گام به گام طی نمایید. به این نکته توجه داشته باشید که رسالت شما در این راه هم فروش بیمه‌نامه و هم جذب نماینده می‌باشد که گام‌های رسیدن به موفقیت در هر سمت مشابه اما ماهیت کار متفاوت است. در زمینه فروش شما محصولات بیمه زندگی خاورمیانه را به مشتریان احتمالی پیشنهاد می‌دهید و در زمینه جذب نماینده از نمایندگان بالقوه دعوت می‌کنید که به سازمان فروش شرکت بیمه زندگی خاورمیانه بپیوندند. و در واقع به آن‌ها یک شغل یا منبع درآمد پیشنهاد می‌دهید.

### ۲-۱- گام‌های رسیدن به موفقیت در زمینه فروش

بیمه‌نامه‌های زندگی در کشورهای پیشرفته و مترقی با استقبال و درخواست عامه مردم مواجه شده است و افراد در تمام دوره عمر از مزایای آن بهره‌مند می‌گردند. اگر چند سال به عقب برگردیم در سال ۱۳۸۲ در ایران تعداد زندانیان ناشی از فوت و جرح ناشی از تصادفات رانندگی ۳۰,۰۰۰ نفر بودند که معضلات اجتماعی زیادی را در پی داشتند. این آمار در سال ۹۷ به ۳۰۰ نفر یعنی یک صدم آمار سال ۸۲ رسید. این مقایسه نشان می‌دهد گسترش فرهنگ بیمه‌ای و بیمه شخص ثالث که گاه نیز به اجبار بوده تا چه حدی می‌تواند در حل معضلاتی این چنین مؤثر باشد. نداشتن بیمه شخص ثالث در سال ۸۲ موضوعی بعید برای افراد جامعه نبود ولی با درک اهمیت موضوع و جا افتادن فرهنگ بیمه‌ای اگر قانون اجباری بودن بیمه شخص ثالث از طرف دولت هم لغو شود باز هم افراد جامعه به همان اندازه به بیمه اهمیت می‌دهند و نمونه‌های آن‌را بسیار می‌بینیم که مردم وقتی بیمه‌نامه اتومبیل‌شان تمام شده حتی یک روز هم جرأت تکان دادن اتومبیل خود را ندارند چه رسد به بیمه نکردن. اهمیت بیمه‌های زندگی نیز به زودی برای همگان آشکار می‌گردد، تمامی افراد و اقشار



جامعه دیر یا زود به این بیمه‌نامه نیاز پیدا خواهند کرد پس همه ایرانیان می‌توانند مشتریان بالقوه‌ای باشند تا حداقل یک بیمه زندگی برای خود و خانواده خود خریداری نمایند.

#### ۲-۱-۱- تهیه لیست اسامی مشتریان بالقوه

با توجه به اینکه همه افراد به بیمه زندگی نیاز دارند، مشتریان بالقوه شما تمامی افراد جامعه می‌باشند، اما دسترسی شما به تمام افراد جامعه کاری غیرممکن است، حتی اگر دسترسی شما به افراد بسیار آسان باشد باید به این نکته توجه داشته باشید که افراد تا چه میزان از شما تأثیر می‌پذیرند.

شما باید بتوانید یک لیست از تمامی افرادی که می‌شناسید تهیه کنید تا در مراحل بعدی از آن استفاده نمایید. بدین منظور هر چه تعداد افرادی که در لیست خود ثبت کرده‌اید بیشتر باشد کار شما در مراحل بعدی آسان‌تر می‌شود. با گستره وسیعی از افراد ارتباط برقرار کنید و نام تمامی افراد به همراه شماره تماس آن‌ها را یادداشت نمایید.

این مرحله از مهم‌ترین مراحل کاری شماست. باید به این نکته توجه داشته باشید که لیستی که تهیه می‌کنید فارغ از هرگونه قضاوت و پیش‌داوری گردآوری کنید. یعنی هرگز افراد را بخاطر فرهنگ، درآمد ماهیانه، شرایط زندگی و اقتصادی‌شان قضاوت نکنید که آیا می‌توانند مشتریان احتمالی شما باشند یا خیر؟ پس ذهن خود را فیلتر نکنید و همانگونه که در بالا گفته شد لیست شما می‌تواند شامل تمامی افراد جمعیت کشور ایران باشد هرچند دسترسی به همه افراد کاری غیرممکن است اما هرکسی را که می‌شناسید و به آن‌ها دسترسی دارید به لیست خود اضافه نمایید.



چرا باید لیست را روی کاغذ بنویسید؟

شاید پیش خود بگویید نیازی به نوشتن نام و اسامی افراد بر روی کاغذ نمی‌باشد و با توجه به روابطی که با اعضاء خانواده و آشنایان نزدیک و دور دارید و همچنین وجود نام و شماره تماس آن‌ها در لیست دفترچه تماس گوشی همراهمان دیگر نیازی به این کار نخواهید داشت. اما همانگونه که پیش‌تر در بخش تعیین اهداف گفته شد، نوشتن یکی از اصول اصلی و پایه‌ای در بازاریابی تخصصی می‌باشد، چرا که تأثیری که بر ضمیر ناخودآگاه شما دارد تا حدی است که پس از تهیه لیست و نوشتن، به وجود این اصل به عنوان رکن اصلی کارتان از آن یاد خواهید کرد.

وقتی شما نام کسی را در لیست خود می‌نویسید می‌توانید اطمینان حاصل کنید که کسی را از قلم نداخته‌اید. به طور مثال زمانی را فرض کنید که برای خرید مایحتاج منزل خود به فروشگاه رفته‌اید و از لیستی که در ذهن خود دارید استفاده می‌کنید، پس از بازگشت به خانه متوجه می‌شوید یک یا چند کالا را از قلم انداخته‌اید. فراموش نکنید لیستی که تهیه می‌کنید سرمایه شماست و به شما اطمینان خاطر و اعتماد به نفس می‌دهد. حتی اگر احساس نیاز به لیست نوشتن در خود نمی‌بینید باز هم این کار را انجام دهید تا به عنوان فرهنگ در مجموعه شما اثر بگذارد، زیرا سازمان فروش شما هنگام فروش به رفتار و اقدامات شما توجه می‌کنند و از شما الگوبرداری می‌کنند.

این را همواره به یاد داشته باشید که؛

**کم رنگ‌ترین مدادها از قوی‌ترین حافظه‌های جهان، اثر ماندگارتری برجای خواهند گذاشت.**

نکات مهمی که در تهیه لیست باید رعایت کنید:

✓ لیست شما باید همواره در حال افزایش باشد. هر روز یک مشتری احتمالی به لیست خود بیفزایید. لیست شما سرمایه شماست با افزایش لیست سرمایه شما هم افزایش می‌یابد. همچنین در نظر





داشته باشید پر کردن هر چه بیشتر این لیست گویای جدیت بیشتر شما برای رسیدن به اهدافتان است. زیرا این اولین وظیفه است که در این راه برعهده شما گذاشته شده است.

✓ در تهیه لیست باید نام گروه موردنظران را در بالای برگه یادداشت نمائید، به طور مثال، گروه فامیل مادری، گروه فامیل پدری، فامیل مادری همسر، فامیل پدری همسر، گروه دوستان، همکلاسی‌های دانشگاه، همکلاسی‌های قدیمی و...

✓ از لیست تلفن همراه خود استفاده کنید.

✓ افراد را پیش‌داوری نکنید؛ بجای اینکه از خود بپرسید آیا او از من بیمه‌نامه می‌خرد؟ آیا بیمه به دردش می‌خورد؟ آیا توان مالی خرید بیمه دارد؟ و سوالاتی از این قبیل، تنها از خود بپرسید آیا او را می‌شناسم؟ اگر پاسختان به این سوال مثبت بود نام وی را در گروه اسمی مناسب اضافه نمائید.

✓ اگر در نوشتن لیست اسامی به نکات گفته شده توجه کنید باید بتوانید حداقل نام ۳۰۰ نفر را در لیست خود یادداشت نمائید.

\*در قسمت فرم‌های مورد نیاز در این دفترچه نمونه فرم تهیه لیست اسامی برای شما قرارداد شده است.

## ۲-۱-۲- فراخوانی افراد منتخب به جلسه معارفه

در این گام باید بتوانید از لیست اسامی ۳۰۰ نفره‌ای که تهیه نموده‌اید افرادی را به جلسه معارفه دعوت نمائید. توجه کنید که لزومی به دعوت همه افراد در مرحله اول نمی‌باشد بلکه از بین لیستی که نوشته‌اید ۵۰ نفر را با مشورت مدیر خود انتخاب کنید و سپس آن‌ها را به جلسه معرفی محصول دعوت کنید.

همانگونه که می‌دانید دایره ارتباطات هر فردی بسیار گسترده است که می‌توان آن را به دایره افراد "آشنا" و دایره افراد "ناآشنا" تقسیم کرد. در این دایره ارتباطی افراد آشنا خود به سه دسته: نفوذ، تأثیر و گرم دسته‌بندی می‌شوند. در صورتیکه دایره افراد ناآشنا را سرد نیز می‌نامیم که از آنجائی که ما اصلاً این افراد را نمی‌شناسیم فعلاً در لیست ما جایی ندارند.



دایره نفوذ شامل افرادی است که کلام شما بر آن‌ها نفوذ بسیار بالایی دارد و در میان آن افراد از اعتبار بالایی برخوردارید، این افراد به دلیل اعتمادی که به شما دارند بدون چون و چرا سخن شما را می‌پذیرند حتی اگر اعتقاد داشته باشند که این پذیرش به ضرر آن‌هاست.

دایره تأثیر شامل افرادی است که کلام شما بر آن‌ها تأثیر بسیاری دارد و در میان آن افراد از اعتبار بالایی برخوردارید، این افراد به دلیل اعتمادی که به شما دارند سخن شما را می‌پذیرند اما تا زمانی که اعتقاد داشته باشند که این پذیرش به ضرر آن‌ها نیست.

دایره گرم شامل افرادی است که شما فقط با سلام و علیک روزانه دارید و آن‌ها را می‌شناسید.

پس زمانی که می‌خواهید از بین افراد لیست خود تعدادی را برای جلسه معرفی محصول انتخاب کنید، دقت کنید آن‌ها را از دایره نفوذ، تأثیر و گرم انتخاب کنید. زیرا با این افراد ارتباط مؤثر و تنگاتنگی دارید. همواره باید تلاش کنید افراد در لایه‌های دورتر دایره ارتباطی را به لایه‌های نزدیک دایره ارتباطی خود تبدیل نمائید تا همواره بتوانید لیستی برای دعوت افراد به جهت معرفی محصول داشته باشید.

نکاتی که در هنگام دعوت افراد باید رعایت کنید:

✓ شما همواره در زندگی خود در حال دعوت کردن دیگران هستید، وقتی از کسی می‌خواهید برای شام شما را در رستوران همراهی کند تنها تلفن را برمی‌دارید، با او تماس می‌گیرید و وی را دعوت می‌کنید. به همین راحتی! زمانی که می‌خواهید افراد را به یک جلسه کاری به منظور معرفی محصولات بیمه زندگی دعوت کنید چطور؟ آیا در این زمان هم به همان راحتی تلفن را برمی‌دارید و به افراد مورد نظرتان تماس می‌گیرید و آن‌ها را دعوت می‌کنید؟ اگر دچار استرس می‌شوید و دست و پایتان را گم می‌کنید باید بتوانید با اعتماد به نفس بر آن غلبه کنید، تنها چیزی که در دعوت افراد به این جلسات اضافه شده است این است که شما می‌خواهید محصولات بیمه زندگی را به آن‌ها معرفی کنید. تمام چیزهایی که درباره محصولات به طور کامل بر آن اشراف دارید. پس شور و هیجان خود را کنترل



کنید و سعی کنید همانند دعوت به یک قرار ملاقات عادی افراد را دعوت کنید. خودتان باشید، الفاظ و کلمات کتابی به کار نبرید و با همان میزان صمیمیت قبلی با آنها صحبت کنید.

✓ دعوت فرایندی است که در آن از افراد منتخب خود می‌خواهید تا به مزایا و ویژگی‌های بیمه عمر و زندگی شرکت بیمه زندگی خاورمیانه نگاهی بیندازند و با آن آشنا شوند و به آنها فرصتی می‌دهید تا این مزایا را نسبت به محصولات مشابه سایر شرکت‌ها مقایسه کنند. درست است که خرید بیمه‌نامه از شرکت بیمه زندگی خاورمیانه برای آنها مزایا و ویژگی‌های منحصر به فردی دارد و شما کاملاً به آن مطمئن هستید اما این نکته را فراموش نکنید تا شما این مزایا و ویژگی‌ها را به آنها معرفی نکنید نسبت به آن بی‌اطلاع خواهند ماند و تصمیم‌گیری در مورد چیزی که از آن هیچ اطلاعی ندارند در واقع امکان‌پذیر نیست.

✓ در هنگام دعوت از جملاتی استفاده کنید که فرد احساس نکند می‌خواهید موضوع را به وی تحمیل کنید. تنها از وی درخواست کنید که به شما مدتی زمان دهد تا به صورت حضوری محصولات را به وی معرفی کنید.

✓ این کار را می‌توانید تلفنی انجام دهید و حداکثر تا ۳ روز آینده از وی وقت ملاقات بخواهید زیرا اگر این زمان بیشتر شود امکان فراموشی جلسه توسط مشتری احتمالی‌تان وجود خواهد داشت.

✓ در هنگام دعوت هرگز اطلاعات و جزئیات محصول را برای افراد بازگو نکنید و صحبت درباره آن‌ها به جلسه حضوری موکول کنید. در صورت اصرار آن‌ها به ایشان بگوئید اطلاعات را در جلسه حضوری خواهید گفت زیرا باید مطالب را از روی استعلامی که بر اساس شرایط سنی، شغلی، سلامتی و ... هر فرد انجام داده‌اید، برایشان توضیح دهید.

✓ به هیچ وجه برای دعوت افراد از آنها خواهش نکنید و پرستیژ کاری خود را حفظ نمائید.



✓ از لیست ۳۰۰ نفره خود ۵۰ نفر را از دایره ارتباطی نفوذ و تأثیر انتخاب نمائید. در هر بار دعوت به ۱۰ نفر از اسامی منتخب تماس بگیرید و وضعیت دعوت را در (فرم شماره ۱) یادداشت نمائید. هر روز حداقل با ۴ مشتری احتمالی قرار ملاقات تنظیم کنید.

### ۳-۱-۲- برگزاری جلسه معارفه محصولات با اشخاص منتخب

اگر در ابتدای کار فروش بیمه‌نامه زندگی هستید، معرفی محصولات را بر عهده مدیر خود در سازمان فروش بگذارید. زیرا این مرحله به منزله ویتترین کار شماست و مشتری بالقوه اولین برخورد را در مواجهه با محصول بیمه زندگی خاورمیانه خواهد داشت. پس باید به بهترین نحو ممکن این جلسه معارفه صورت پذیرد. در صورت نیاز حتی اگر مدت طولانی است که مشغول فروش محصولات شرکت بیمه زندگی خاورمیانه هستید باز هم از مدیر فروش خود درخواست کنید در جلسات معارفه حضور پیدا کند.

### نکات زیر را در خصوص جلسه معارفه همواره به یاد داشته باشید:

- ✓ در انتخاب مکان جلسه دقت لازم را به خرج دهید. توجه داشته باشید که محیطی آرام، تمیز، بدون سر و صدا و با نور مناسب را انتخاب نمائید.
- ✓ در معرفی محصول به مشتری احتمالی سعی کنید ابتدا قبل از شروع هر صحبتی راجع به محصول با طرح پرسش‌هایی از نیازهای او آگاهی یابید.
- ✓ با لباس رسمی و سر ساعت در محل جلسه حضور یابید.
- ✓ یک روز قبل از جلسه معارفه با مدیر فروش خود ساعات جلسه روز بعد را هماهنگ کنید.
- ✓ افراد منتخبی که به جلسه معارفه دعوت می‌کنید افراد دایره نفوذ و تأثیر شما می‌باشند، پس تا جایی که ممکن است خودتان صحبت نکنید و بگذارید مدیر فروشتان اینکار را انجام دهد.
- ✓ به مدیر فروش خود احترام بگذارید و هنگام ورود وی به جلسه از جای خود بلند شوید.
- ✓ گوشیتان را در حالت سایلنت قرار دهید.



- ✓ کاغذ و خودکار به همراه داشته باشید تا نکات مهم را یادداشت کنید.
- ✓ اگر توجه فرد از موضوع جلسه کم شد یا موضوع بحث را به سمت دیگری منحرف نمود سعی کنید حواس او را به مطالب اصلی خود مجدد معطوف سازید و به وی بگویید که در رابطه با موضوعات دیگر در آینده زمان زیادی برای صحبت کردن خواهید داشت.
- ✓ مدت زمان جلسه معارفه بیش از ۲۰ دقیقه و نهایتاً نیم ساعت به طول نینجامد. تمام تلاش خود را بکنید تا مطالب و جزئیات را تماماً اما مختصر و مفید ارائه دهید.
- ✓ این جلسه، جلسه معرفی محصولات است شما تنها اطلاعات را به مشتری احتمالی ارائه می‌دهید. توجه داشته‌باشید در کلام و صحبت‌هایتان جلسه را به سمت فروش نبرید و فرد را به خرید محصول مجبور نکنید، مگر زمانی که خود فرد مشتاق به خرید باشد.

#### ۲-۱-۴- پیگیری و اطمینان از ارائه کامل اطلاعات به افراد منتخب

مجموع فرایندهایی که پس از جلسه معارفه به منظور حصول اطمینان از ارائه کامل اطلاعات و آگاهی مشتری احتمالی از محصولات می‌باشد، "پیگیری" نام دارد. تنها وظیفه شما معرفی محصولات به مشتریان احتمالی در جلسه معارفه نیست زیرا اطلاعاتی که شما به آن‌ها ارائه کرده‌اید به تنهایی برای تبدیل نظر آن‌ها به تصمیم خرید بیمه‌نامه کافی نیست. پیگیری باید حداکثر در مدت زمان ۲۴ تا ۴۸ ساعت بعد از معارفه باید انجام شود بیش از این مدت اگر پیگیری صورت گیرد فرد موضوع را به کل فراموش کرده‌است.

پیگیری مانند بازی گلف است، در این بازی شما ابتدا تصمیم به شروع بازی می‌گیرید سپس هدف خود را مشخص می‌کنید. بعد توپ و چوب مناسب را انتخاب می‌کنید و توپ را در محل مورد نظر قراردادده و به آن ضربه می‌زنید با این حرکت شما، توپ به سمتی پرتاب می‌شود و شما به دنبال آن می‌دوید و تمام تلاشتان را می‌کنید تا با ضربات متوالی توپ را به سمت هدف‌تان هدایت کنید تا زمانی که توپ به هدف نرسیده‌است دست از پیگیری و تلاش برنمی‌دارید. این روش بازاریابی هم مانند بازی گلف نیاز به اینچنین پیگیری دارد. هدف را



مشخص می کنید و فرد مورد نظر را انتخاب می کنید. جلسه معارفه همان ضربه ای است که به فرد وارد می کنید.

پس از آن باید شروع به پیگیری کنید و تا رسیدن به هدف دست از تلاش برندارید.

پیگیری بلافاصله پس از اتمام جلسه معارفه شروع می شود و تا رسیدن به هدف ادامه می یابد. اگر مشتری احتمالی بعد از جلسه به شما بگوید که حتماً بیمه نامه خریداری می کند و توضیحات شما کامل بوده و در این خصوص مشکلی وجود ندارد، کار را تمام شده ندانید و بر این باور نباشید که وی خود در ساعاتی بعد یا روز بعد با شما تماس می گیرد و درخواست خرید می کند. وی پس از جلسه احتمال دارد با افرادی ملاقات کند که تخصصی در زمینه بیمه نامه زندگی ندارند و با نظرات خود فرد روی فرد اثر منفی بگذارند و او را از خرید بیمه نامه منصرف سازند و اینجا تنها شما با پیگیری های خود می توانید اثر منفی را خنثی نموده و تا خرید بیمه نامه توسط وی همراه او باشید.

دو نوع مشتری احتمالی داریم:

- ✓ مشتری احتمالی که بلافاصله خرید می کند. این فرد به دو دلیل بلافاصله از شما خرید می کند:
  - وقت مناسب: زمان سنجی شما برای معرفی محصول شاید آنقدر خوب باشد که فرد دقیقاً به دنبال محصولی که به او معرفی می کنید بوده و با معرفی شما وی درجا محصول را خریداری می کند. به طور مثال؛ مشتری احتمالی به تازگی صاحب یک فرزند شده و برای آینده فرزند خود دغدغه و نگرانی های مالی دارد. شما در همین زمان به وی بیمه مستمری و بازنشستگی تکمیلی را به وی معرفی می کنید. (توضیحات فنی محصولات در فصل سوم بیان شده است.)
  - وی به یکباره انگار تمام مشکلات و دغدغه هایش از بین می رود و از شما این محصول را خریداری می کند. سعی کنید با زمان سنجی مناسب به سراغ مشتری احتمالی بروید.
- صمیمیت کامل: زمانی که مشتری احتمالی خود را بشناسید و با وی صمیمی باشید او به شما اعتماد دارد در نتیجه در برابر پیشنهاد شما سریع تر و آسان تر تصمیم گیری می کند.



✓ مشتری احتمالی که بلافاصله خرید نمی‌کند. به دلایل زیر فرد درجا خرید نمی‌کند:

- وقت نامناسب: شاید شما به صورت کاملاً بی‌نقص محصول را به مشتری احتمالی پیشنهاد دهید. اما زمان مناسبی را برای این کار انتخاب نکرده‌اید. پس زمان‌سنجی را به درستی انجام دهید.

- معرفی نامناسب محصول: مشتری احتمالی به محصول شما نیاز دارد اما به صورت دقیق و صحیح محصول را به وی معرفی نکرده‌اید و به تمامی سوالاتش در رابطه با محصولات پاسخ نداده‌اید. پس زمانی که از محصول آگاهی کاملی نداشته باشد از شما بیمه‌نامه‌ای خریداری نمی‌کند. پس تلاش کنید کاملاً مسلط و حرفه‌ای مطالب را ارائه دهید. توضیحات فنی محصول را به درستی مطالعه کنید و هرگونه سوالی در رابطه با محصول در ذهنتان ایجاد شد از مدیر سطح بالاتر خود بخواهید که به آن‌ها پاسخ دهد. تا معرفی مناسبی از محصول داشته باشید.

اگر از مشتری احتمالی "نه" شنیدید ناراحت نشوید، او به شما نه نگفته بلکه به پیشنهادی که به او ارائه داده‌اید "نه" گفته‌است. بنا به دلایلی که در بالا ذکر شد ممکن است از مشتری احتمالی نه بشنوید و این پیگیری‌های بعدی شماست که می‌تواند نظر منفی وی را به مثبت تبدیل نماید. پس ناامید نشوید و به کار خود ادامه دهید.

#### ۲-۱-۵- معرفی فروش محصولات و خدمات

به فروش به شکل حرفه‌ای نگاه کنید و آن را یک کار عادی تلقی نکنید. فروش انتقال احساسات است. بنابراین در ابتدا آنچه که به مشتری احتمالی پیشنهاد می‌دهید مهم نیست بلکه احساس و اشتیاق شما به آن مهم است. زیرا مشتری احتمالی به خودی خود درکی از محصول و شرکت بیمه زندگی خاورمیانه ندارد و همه چیز را از زاویه دید شما خواهد دید. پس با احساس مثبت و اشتیاق محصول را معرفی کنید.



در این روش بازاریابی بر خلاف شیوه سنتی که فروشنده در انتظار مشتری می ماند تا وی به سراغش بیاید و از او خرید کند، این فروشنده است که به سراغ مشتری می رود و با دادن اطلاعات به مشتری احتمالی حس نیاز به محصول را در وی ایجاد می کند. شما نیز باید به سراغ مشتری احتمالی بروید و اطلاعات مربوط به بیمه نامه را به او ارائه دهید. همانگونه که پیش تر گفته شد باید فرد راجع به محصول اطلاعات داشته باشد تا از محصول شما خریداری نماید. زیرا اگر افراد به کالایی احساس نیاز کنند حتماً آن را خواهند خرید. پس تنها کفایت ضرورت داشتن بیمه نامه زندگی را در مشتری احتمالی ایجاد کنید. این نکته را فراموش نکنید که فروش اتفاق و حادثه نیست بلکه باید آن را ایجاد کنید.

پس در پیگیری هایی که انجام می دهید باید بتوانید حس مثبت نسبت به محصولات شرکت بیمه زندگی خاورمیانه را به مشتریان احتمالی خود منتقل کنید تا فروش صورت پذیرد و شما موفق شده اید.

## ۲-۲- گام های رسیدن به موفقیت در زمینه جذب نماینده

همه افراد در هر مرحله زندگی و با هر شغلی که باشند تمایل به کسب درآمد بیشتر دارند. شما باید بتوانید ارتباطی مؤثر با افراد برقرار سازید تا بتوانید با اعتماد به نفس مناسب این روش بازاریابی را به دیگران نیز معرفی کنید. برای این منظور هر فردی که می شناسید فارغ از اینکه چه شغلی دارد می تواند به عنوان نماینده احتمالی شما باشد. شما یک پیشنهاد شغلی و فرصت مناسب در پیش روی او می گذارید.

### ۲-۲-۱- تهیه لیست اسامی نمایندگان بالقوه

مهم ترین مسأله در این گام مهارت برقراری ارتباط مؤثر با افراد است. از آنجایی که شما می خواهید یک فرصت شغلی پیشنهاد دهید، باید بتوانید با تعداد زیادی از افراد ارتباط برقرار کنید. توجه کنید در انتخاب آن ها برای برقراری ارتباط پیش داوری نکنید، یعنی بدون توجه به شغل، سن، فرهنگ، درآمد ماهیانه، شرایط زندگی و





اقتصادیشان نام آن‌ها را در لیستی که تهیه کرده‌اید یادداشت نمائید، زیرا اکثر افراد تمایل به کسب درآمد بیشتر از درآمد فعلیشان دارند.

نام افراد را به همراه شماره تماس آن‌ها در لیست خود یادداشت نمائید و به این نکته توجه داشته‌باشید که هرچقدر گستره ارتباطات شما وسیع‌تر باشد و تعداد افراد لیست بیشتر شود کارتان در گام‌های بعدی آسان‌تر است.

اینکه چرا باید از اسامی افراد لیست بر روی یک کاغذ یا دفترچه تهیه کنید پیش‌تر در قسمت تهیه لیست اسامی مشتریان بالقوه به طور کامل توضیح داده شد. در تهیه لیست نمایندگان احتمالی نیز باید همان نکات و مراحل را رعایت نمائید. در اینجا نیز نام ۳۰۰ نفر از افراد که آن‌ها را می‌شناسید یادداشت کنید. اگر افرادی را در لیست مشتریان بالقوه نام نویسی کرده‌اید در این لیست نیز می‌توانید نام آن‌ها را بیاورید. اما به این نکته توجه کنید که عیناً همان ۳۰۰ نفر لیست قبلی را در این لیست کپی نکنید. برای تهیه این لیست نیز مانند لیست مشتریان بالقوه باید وقت مناسب صرف کنید و یک لیست جامع تهیه نمائید.

نکته‌ای که در تهیه این لیست باید به آن توجه کنید این است که دیگر نیازی به مشخص کردن گروه دایره ارتباطات خود ندارید.

\*در قسمت فرم‌های مورد نیاز در این دفترچه نمونه فرم تهیه لیست اسامی برای شما قرار داده شده‌است. که فرم شماره ۲ دفترچه می‌باشد و با لیست مشتریان بالقوه کمی متفاوت است.

#### ۲-۲-۲- فراخوانی افراد منتخب به جلسه معارفه

در این گام باید بتوانید از لیست اسامی ۳۰۰ نفره‌ای که تهیه نموده‌اید افرادی را به جلسه معارفه دعوت نمائید. توجه کنید که لزومی به دعوت همه افراد در مرحله اول نمی‌باشد بلکه با پاسخ به پرسش‌های پرسشنامه ذیل، به همه افراد امتیازی تخصیص دهید و از بین لیستی که نوشته‌اید ۵۰ نفر را انتخاب نموده و در فرم شماره ۴ اسامی آن‌ها را یادداشت کنید. در نهایت ۵۰ نفری که بیشترین امتیاز را کسب نموده‌اند به جلسه معارفه سازمان فروش بیمه زندگی خاورمیانه دعوت می‌نمائید.



"پرسشنامه انتخاب ۵۰ نماینده احتمالی برتر جهت دعوت به جلسه معرفی"

توضیحات:

شما باید بتوانید از لیست ۳۰۰ نفره خود ۵۰ نفر برتر را انتخاب نمائید و به جلسه معرفی دعوت کنید. سپس به پرسش‌های زیر درباره هر شخص پاسخ دهید، امتیازی به او تخصیص دهید و در ستون مربوطه در جدول امتیازدهی در فرم ۳ یادداشت نمایید.

در خصوص سوالات گزینه‌ای عدد گزینه را در ضریب سوال ضرب کرده و در جدول در ستون مربوط به سوال قرار دهید.

در خصوص سوالات بله و خیر جواب بله را ۵ امتیاز و جواب خیر را ۱ در نظر گرفته و در ضریب سوال ضرب نمائید عدد به دست آمده را در ستون سوال مربوطه وارد نمائید.

در پایان جمع امتیاز هر فرد را یادداشت نمائید. ۵۰ نفری که بیشترین امتیاز را کسب نموده‌اند برای جلسه معارفه دعوت نمائید.

سوال ۱: بازه سنی نماینده احتمالی. (ضریب ۲)

۱. کمتر از ۱۹ سال و بیشتر از ۶۰ سال

۲. بین سن ۱۹ تا ۲۱ سال و یا بین سن ۵۵ تا ۶۰ سال

۳. بین سن ۲۱ تا ۲۴ سال و یا بین سن ۵۰ تا ۵۵ سال

۴. بین سن ۲۴ تا ۲۷ سال و یا بین سن ۴۰ تا ۵۰ سال

۵. بین سن ۲۷ تا ۴۰ سال

سوال ۲: شغل نماینده احتمال. (ضریب ۲)



۱. فاقد شغل و بی‌میل به کار
  ۲. مشاغلی که نیاز به تخصص یا تحصیلات ندارد مانند کارگری یا کارمندی
  ۳. مشاغلی که نیاز به تخصص و تحصیلات دارد
  ۴. مشاغل مدیریتی، فنی، مهندسی، دانشجویان، زنان خانه‌دار
  ۵. مشاغل تجاری، کسبه، بازاری و ورشکسته
- سوال ۳: میزان درآمد ماهیانه. (ضریب ۱)

۱. فاقد درآمد
  ۲. کمتر از ۲ میلیون تومان
  ۳. بین ۲ تا ۴ میلیون تومان
  ۴. بین ۴ تا ۸ میلیون تومان
  ۵. بیش از ۸ تومان
- سوال ۴: ساعات آزاد در هفته. (ضریب ۱)

۱. کمتر از ۱۵ ساعت
۲. کمتر از ۳۰ ساعت
۳. هر روز نصف روز، یا یک روز در میان یک روز کامل
۴. دارای شغل پاوره وقت
۵. کل روز آزاد



سوال ۵: دایره ارتباطی ایشان چگونه است؟ (ضریب ۲)

۱. بخاطر اشتباهات گذشته فاقد دوست و آشنا
۲. به دلیل موقعیت اجتماعی، خانوادگی یا مهاجرت با افراد کمی در ارتباط است.
۳. روابط اجتماعی و معمولی دارد.
۴. روابط اجتماعی خوب و دوستان زیادی دارد.
۵. روابط اجتماعی عالی است و حسن شهرت و اعتبار دارد.

سوال ۶: در کدام دایره ارتباطی شما قرار می‌گیرد؟ (ضریب ۱)

۱. دایره سرد است تنها نام و شماره تماس وی را می‌دانم.
۲. آشناست اما روابط مختصر در حد سلام و علیک داریم.
۳. دوست هستیم و روابط اجتماعی داریم.
۴. رفت و آمد خانوادگی داریم.
۵. دوست صمیمی و اقوام درجه یک هستیم.

سوال ۷: میزان اثرپذیری فرد از شما چقدر است؟ (ضریب ۳)

۱. به هیچ عنوان اثری روی وی ندارید.
۲. به دلیل سن و جایگاه اجتماعی شاید میزانی اثر بر وی داشته باشید.
۳. تاثیر نسبی بر وی دارید.
۴. تاثیر زیادی بر وی دارید و علی‌رغم میل باطنی شما در اکثر مواقع با اصرار شما کاری را انجام می‌دهد.



۵. کاملاً بر وی اثرگذارید و هر آنچه که بگوئید بدون چونو چرا قبول می کند.

سوال ۸: آیا حاضرید برای تغییر زندگی وی دست به هر کاری بزنید؟ (ضریب ۳) بله/ خیر

سوال ۹: آیا زندگی شما برای وی اهمیت دارد و بدون چون و چرا برایتان هر کاری می کند؟ (ضریب ۲) بله/

خیر

سوال ۱۰: آیا از نظر شما فردی رازدار است و همه چیز را به او می گوئید؟ (ضریب ۲) بله/ خیر

سوال ۱۱: اگر از لحاظ مالی مشکل داشته باشد از شما درخواست مقداری پول کند و نداشته باشید آیا حاضرید

بخاطر او از شخص دیگری قرض بگیرید؟ (ضریب ۲) بله/ خیر

سوال ۱۲: آیا این فرد در صورت پیدا کردن فرصت یا موقعیت خاص آن را به شما نیز می گوید؟ (ضریب ۵) بله/

خیر

سوال ۱۳: آیا دارای استقلال فکری است یا در تصمیم گیری هایش وابسته است؟ (ضریب ۲) بله/ خیر

در فرم شماره ۴ امتیاز افراد را یادداشت نموده و اسامی ۵۰ نفر برتر را در فرم شماره ۵ یادداشت می نمائید.

تمامی نکات جهت دعوت مشتریان احتمالی به جلسه معارفه که پیش تر در این دفترچه ذکر شد را بایستی برای فراخوانی افراد منتخب به جلسه معارفه جهت آشنایی با سازمان فروش بیمه زندگی خاورمیانه نیز رعایت کنید.

### ۲-۲-۳- برگزاری جلسه معارفه سازمان فروش با اشخاص منتخب

برای برگزاری جلسه معارفه سازمان فروش با نمایندگان احتمالی خود را به طور کامل آماده سازید. توجه کنید که این جلسه همانند جلسه معارفه محصولات شرکت بیمه زندگی خاورمیانه به منزله ویتترین کار شماست. فرض را بر این بگذارید که نماینده احتمالی که به جلسه معارفه دعوت نموده اید هیچ گونه تصویر ذهنی و



قضاوتی از سازمان فروش شرکت بیمه زندگی خاورمیانه ندارد و این شما هستید که این تصویر را در ذهن وی خلق می‌کنید! پس تصویر درست را در ذهن او ایجاد کنید.

پیش از شروع هر جلسه صحبت‌ها و مفاهیمی که می‌خواهید ارائه دهید را بررسی نمائید. خودتان را جای نماینده احتمالی بگذارید و به سوالاتی که ممکن است از سازمان فروش از شما داشته باشد از قبل پاسخ دهید. همچنین از بازخور جلسه‌های معارفه قبلی که برگزار نموده‌اید استفاده کنید تا بتوانید هرچه بهتر و موثرتر نکات مثبت و کلیدی را در رابطه با سازمان فروش به افراد ارائه دهید.

اگر احساس می‌کنید تسلط کافی و یا اعتماد به نفس لازم برای ارائه پیشنهاد همکاری در سازمان فروش به افراد منتخب را ندارید از مدیر فروش خود درخواست کنید در جلسه حضور یابد و شما را در معرفی سازمان فروش شرکت بیمه زندگی خاورمیانه همراهی نماید.

نکات زیر را در خصوص جلسه معارفه همواره به یاد داشته باشید:

- ✓ همانند جلسه معارفه محصولات شرکت بیمه زندگی خاورمیانه به مشتریان بالقوه، در خصوص دعوت نمایندگان احتمالی برای جلسه معارفه سازمان فروش نیز باید به انتخاب مکان فیزیکی جلسه توجه لازم داشته باشید، که محیطی آرام، تمیز، بدون سر و صدا و با نور مناسب را انتخاب نمائید.
- ✓ به منظور معرفی سازمان فروش به نماینده احتمالی ابتدا قبل از شروع هر صحبتی راجع به نحوه فعالیت سازمان فروش، با طرح پرسش‌هایی از نیازها و توقعات وی از کار آگاهی یابید.
- ✓ با لباس رسمی سر ساعت در محل جلسه حضور یابید.
- ✓ اگر از مدیر فروش خود درخواست کرده‌اید که در جلسه معارفه حضور یابد، یک روز قبل ساعت جلسه را با وی هماهنگ کنید. به مدیر فروش خود احترام بگذارید و هنگام ورود وی به جلسه از جای خود بلند شوید.
- ✓ گوشیتان را در حالت سایلنت قرار دهید.



- ✓ کاغذ و خودکار به همراه داشته باشید تا نکات مهم را یادداشت کنید.
- ✓ اگر در حین جلسه توجه فرد از موضوع اصلی کم شد یا موضوع بحث را به حاشیه منحرف نمود سعی کنید حواس او را به مطالب اصلی مجدداً معطوف سازید، در این مواقع نقاط مثبت کار را برای وی پررنگ کنید تا موضوع بحث را به مسیر اصلی بازگردانید. از او بخواهید صحبت در رابطه با موضوعات دیگر را به زمانی در آینده موکول نماید.
- ✓ جلسه معارفه بین ۲۰ الی ۳۰ دقیقه برگزار گردد. تمام تلاش خود را در ارائه کامل مطالب و جزئیات اما به صورت مختصر و مفید صرف کنید.
- ✓ این جلسه، جلسه معرفی سازمان فروش است شما تنها اطلاعات را به نماینده احتمالی ارائه می‌دهید. بقیه فعالیت‌ها باید در مرحله پیگیری صورت پذیرد پس در همان ابتدا فرد را مجبور به تصمیم‌گیری در رابطه با همکاری نکنید.
- ✓ افراد متأهل را به همراه همسرشان به جلسه معرفی سازمان فروش دعوت نمائید.
- ✓ از افراد بخواهید تا زمانی که به طور کامل در رابطه با پیشنهاد شما فکر نکرده‌اند آن‌را با کسی در میان نگذارند. زیرا همیشه در بین اطرافیان هر فرد افرادی وجود دارند که او را از گرفتن هر تصمیمی چه خوب و چه بد منصرف می‌سازند.

#### ۲-۲-۴- پیگیری و اطمینان از ارائه کامل اطلاعات به افراد منتخب

مجموع فرایندهایی که پس از جلسه معارفه به منظور حصول اطمینان از ارائه کامل اطلاعات و آگاهی نماینده احتمالی از نحوه کار در سازمان فروش می‌باشد، "پیگیری" نام دارد. تنها وظیفه شما معرفی کار به روش بازاریابی تخصصی به نمایندگان احتمالی در جلسه معارفه نیست زیرا اطلاعاتی که شما به آن‌ها ارائه کرده‌اید به تنهایی برای تبدیل نظر آن‌ها به تصمیم جهت همکاری با سازمان فروش شرکت بیمه زندگی خاورمیانه کافی نیست. پیگیری باید حداکثر در مدت زمان ۲۴ تا ۴۸ ساعت بعد از معارفه باید انجام شود.



از این نکته غافل نشوید که باید به فرد فرصت دهید تا در رابطه با پیشنهاد همکاری که به وی داده‌اید فکر کند، اما در رابطه با دریافت نتیجه از وی منتظر نمانید تا تلفن را برداشته و با شما تماس بگیرد. این پیگیری و درخواست نتیجه باید از جانب شما صورت پذیرد تا علاوه بر اینکه بتوانید از نقطه‌نظرهای وی در رابطه با کار در سازمان فروش آگاه شوید به او بعنوان عضوی در آینده در مجموعه خود ارزش می‌دهید. که این موضوع تاثیر بسزایی در جلب نظر مثبت فرد به مجموعه شما خواهد داشت.

برخی افراد در مواجهه با پیشنهاد شما مقاومت می‌کنند یعنی نه پیشنهاد شما را قبول و نه رد می‌کنند. بلکه فقط یک سری نگرانی‌هایی در رابطه با موضوع همکاری با سازمان فروش دارند. این افراد گاهی به دلایل زیر این نوع مقاومت را از خود نشان می‌دهند:

- ✓ بازاریابی را به عنوان شغل یا تجارت قبول ندارند.
- ✓ از فروش خوششان نمی‌آید و این کار را با ویزیتوری مقایسه می‌کنند.
- ✓ بابت مخالفت‌های احتمالی در فروش بیمه‌نامه توسط مشتریان در آینده نگرانند.

به این نکته توجه داشته باشید در مقابل اینگونه مقاومت‌ها نباید ناامید شوید و به این مسأله فکر کنید که فرد تمایل به همکاری ندارد و در حال بهانه‌جویی است، بلکه امیدوار شوید زیرا او به صحبت‌های شما گوش کرده، به آن‌ها فکر کرده و با تنها از نگرانی‌هایش به شما می‌گوید. پس با دقت و حوصله به سخنان وی گوش دهید و تا جای ممکن نگرانی‌هایش را برطرف سازید.

#### ۵-۲-۲- معرفی سازمان فروش و مزایا

شما باید بتوانید به نماینده احتمالی درک دقیقی از سازمان فروش و مزایای آن در شرکت بیمه زندگی خاورمیانه ارائه دهید. سازمان فروش به صورت دقیق و با توضیحات کامل در فصل ۴ تشریح گردیده‌است که با مطالعه آن می‌توانید به تمامی سوالات موجود در ذهن خود و نماینده احتمالی پاسخ دهید.





## ۲-۳- مزایای بازاریابی تخصصی بیمه زندگی

کاهش ریسک از بین رفتن سرمایه: از آنجایی که در این سیستم مشتریان زیادی وجود دارند ریسک از بین رفتن سرمایه وجود ندارد همچنین به این نکته نیز توجه داشته باشید که در این سیستم همه افراد می‌توانند وارد عرصه کار شوند. افرادی که سن پایینی دارند، در حال تحصیل در دانشگاه می‌باشند و یا تازه از دانشگاه فارغ‌التحصیل شده‌اند در صورتی که بخواهند وارد عرصه کار شوند و شغلی برای خود برگزینند به دلیل نداشتن و یا پایین بودن تجربه کاری شرایط دشواری برای استخدام شدن پیش روی دارند. همچنین اگر بخواهند حرفه خود را آغاز کنند علاوه بر تجربه نیاز به سرمایه زیادی برای شروع دارند. در بازاریابی تخصصی بیمه زندگی ریسک از بین رفتن سرمایه وجود ندارد. همچنین این روش بازاریابی فرصتی است برای افرادی که در شغل فعلیشان موفق هستند و از این طریق می‌توانند بر درآمد خود بیفزایند.

افزایش فروش: اگر بتوانید سیستم بازاریابی تخصصی بیمه زندگی را به درستی ایجاد و اجرا نمایید نتایج آن را به طرز شگفت‌آوری مشاهده می‌کنید. این روش فروش در مقایسه با سایر روش‌های فروش سریع‌تر به نتیجه خواهد رسید و آن را به راحتی لمس خواهید کرد.

امکان انتخاب مشتریان: به دلیل تعداد زیاد مشتریانی که در این سیستم پیش روی شما قرار دارند به راحتی می‌توانید مشتریانی که با سیاست‌های شرکت هم‌خوانی ندارند را کنار بگذارید.

توزیع گسترده و سریع محصول: اگر بتوانید سیستم خود را به درستی ایجاد کنید کانال‌های توزیع شما به صورت خودکار در سطوح جغرافیایی مختلف به فعالیت می‌پردازند و امکان دسترسی به همه افرادی که تا کنون هیچ‌گونه ارتباطی با آن‌ها نداشته‌اید را پیدا خواهید کرد.

فروش بسیار زیاد: فروش با استفاده از سیستم بازاریابی تخصصی بیمه زندگی مانند ماهیگیری است، در مقابل سایر روش‌های فروش که مانند کشاورزی می‌ماند. در فروش به روش بازاریابی تخصصی بیمه زندگی، روزی در آب است و به دست می‌آید اما دیگری در انتظار باران برای کسب روزی است. در این روش به انتظار خریدار



نمی‌نشینید بلکه به دنبال او هستید و به این ترتیب همیشه می‌توانید حداقل یک واحد به میزان فروش خود بیفزائید که این یعنی حرکت به سمت بی‌نهایت.

سرمایه اولیه بسیار اندک: شما برای شروع نیاز به سرمایه اولیه آنچنانی نخواهید داشت، تنها چیزی که برای این کار نیاز دارید دستیابی به مهارت فروش است.

زمان در دستان شماست: مانند سایر مشاغل نباید در ساعت مشخصی در محل کار حاضر شوید و تا مدت زمان مشخص محل کار را ترک ننمائید. انتخاب با خودتان است که کارتان را از ساعات اولیه صبح آغاز نمائید یا آن را از ساعات ظهر شروع کنید. زمان تماماً در دستان شماست.

حمایت از طرف شرکت بیمه زندگی خاورمیانه: شما در همه مراحل فروش محصول از جانب شرکت و سازمان فروش حمایت می‌شوید حتی از نقطه صفر و شروع کار.

برد-برد: شما وارد یک سیستم درآمدزایی برد-برد می‌شوید.

ایجاد درآمد دائمی: اگر سیستم بازاریابی تخصصی را به درستی ایجاد کنید، سیستم شما تا ابد برایتان درآمد ایجاد می‌کند.

رشد و کمال فردی: فرصت پیدا خواهید کرد که با دوره‌های آموزشی و انگیزشی که پشت سر می‌گذارید به کمال و تعالی فردی برسید و شخصیت خود را ارتقاء دهید و به یک رهبر قوی تبدیل شوید.

ارتقاء دیگران: در این راستا برای ایجاد سیستم درست و کارا باید بتوانید به افراد زیرمجموعه خود آموزش‌هایی که گذرانده‌اید را منتقل کنید و به آن‌ها نیز کمک کنید تا به رشد و ارتقاء فردی دست یابند.



## فصل سوم

### معرفی فنی محصولات و خدمات

### شرکت بیمه زندگی خاورمیانه



## ۳- معرفی فنی محصولات و خدمات شرکت بیمه زندگی خاورمیانه

### اولین شرکت تخصصی بیمه‌های زندگی در ایران

شرکت بیمه زندگی خاورمیانه (سهامی عام) توسط گروهی از مدیران عالی رتبه صنعت بیمه و بانک، صاحبان صنایع و خبرگان سرمایه‌گذاری در تاریخ ۱۳۹۵/۱۰/۰۷ به شماره ثبت ۵۰۳۱۴۸ و بر اساس قانون تأسیس مؤسسات بیمه غیردولتی طی مجوز شماره ۹۵/۱۰/۶۴۰۳۱ بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران و با سرمایه ۱,۲۰۰ میلیارد ریال در عرصه بیمه کشور فعالیت خود را آغاز نمود.

شرکت بیمه زندگی خاورمیانه اولین شرکت تخصصی ارائه‌دهنده بیمه‌های زندگی در ایران است که بر پایه روزآمدترین روش‌های مدیریت ریسک، هوش تجاری و فناوری اطلاعات به نوآوری و خلق محصولات جدید بیمه‌ای می‌پردازد.

### ارائه طرح‌های مدرن در بیمه‌های زندگی

شرکت بیمه زندگی خاورمیانه با گسترش و غنی‌سازی محصولات بیمه‌ای، ایجاد زیرساخت‌های لازم، بازاریابی و فروش محصولات بیمه‌ای، هم‌تراز با شرکت‌های بین‌المللی بیمه زندگی، فصلی جدید در حوزه خدمات بیمه زندگی کشور گشوده و برای حضور فعال در عرصه فرامنطقه‌ای و بین‌المللی عزم خود را به کار بسته است.

### سطح توانگری مالی

مطابق با قوانین بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، سطح توانگری مالی، توانایی ایفای تعهدات شرکت بیمه در مقابل بیمه‌گذاران و صاحبان حقوق آن‌ها را بیان می‌دارد. در انطباق با مفاد ماده ۷ «آیین‌نامه نحوه محاسبه و نظارت بر توانگری مالی مؤسسات بیمه» (آیین‌نامه شماره ۶۹)، مصوب شورای عالی بیمه، شرکت بیمه زندگی خاورمیانه در بالاترین سطح توانگری مالی (سطح یک) قرار دارد.

## چشم‌انداز

دستیابی به جایگاه نخست پیشرفته‌ترین شرکت بیمه زندگی و مستمری کشور

## مأموریت

برای تحقق اهداف و انجام رسالت خود، بیمه زندگی خاورمیانه اقدامات زیر را سرلوحه کار قرار داده است:

- عرضه انواع محصولات بیمه زندگی متناسب با قدرت خرید و نیاز واقعی مشتریان
- تأکید و توسعه بر شیوه‌های بازاریابی نوین، فروش و خدمات مشاوره‌ای بیمه غیرحضوری در جهت رضایتمندی بیشتر مشتری
- به‌کارگیری شبکه نمایندگی و استفاده از خدمات کارگزاران بیمه
- استفاده از خلاقیت و انگیزه نیروی جوان و نخبه در کنار استفاده از دانش و تجربه افراد باسابقه در صنعت بیمه
- کوشش برای فرهنگ‌سازی بیمه زندگی و افزایش ضریب نفوذ آن در کشور در جهت تأمین آتیه و رفاه اجتماعی، کمک به رونق اقتصادی و سرمایه‌گذاری در کشور.

## توان فنی و تخصصی

شرکت بیمه زندگی خاورمیانه با بهره‌گیری از گنجینه علمی و تجربی مدیران و کارشناسان کار آزموده و متخصص در صنعت بیمه، آمادگی دارد پوشش‌های بیمه‌ای مناسب و مطلوب را در انواع رشته‌های بیمه‌های زندگی ارائه نماید.



## شبکه فروش

مطلوب‌ترین خدمات به بیمه‌گذاران در شرکت بیمه زندگی خاورمیانه علاوه بر واحد های صدور شرکت از طریق مدیران ارشد و فروش، نمایندگان حقیقی، حقوقی و کارگزاران نیز در سراسر کشور ارائه می‌گردد.

## پرداخت خسارت

پاسخ به دوران‌دیشی بیمه‌شدگان با ایفای تعهدات در کوتاه‌ترین زمان ممکن انجام می‌پذیرد.

محصولات و خدمات قابل ارائه توسط سازمان فروش شرکت بیمه زندگی خاورمیانه

➤ بیمه مستمری و بازنشستگی تکمیلی

➤ بیمه مستمری آنی

➤ بیمه تمام عمر

➤ بیمه عمر ساده زمانی

❖ نکته: اگر تازه شروع به فعالیت در سازمان فروش شرکت بیمه زندگی خاورمیانه کرده‌اید، این نکته را همواره به خاطر داشته‌باشید که تنها محصول مستمری و بازنشستگی تکمیلی را به مشتریان احتمالی معرفی کرده و به فروش رسانید. زیرا ارائه حجم زیاد اطلاعات در خصوص تمام محصولات به صورت یکجا، باعث سردرگمی و عدم تصمیم‌گیری مناسب توسط مشتری می‌شود. پس فقط بر معرفی و فروش این محصول تمرکز نمایید و هرگز بدون مشورت و اخذ مجوز از مدیر خود سایر محصولات را به مشتری معرفی نکنید.



### ۳-۱- بیمه مستمری و بازنشستگی تکمیلی

این بیمه برگرفته از پر طرفدارترین بیمه عمر جهانی می باشد که مطابق با استانداردهای بیمه‌گری طراحی و بومی‌سازی شده است. هر شخص می‌تواند یک سبد متنوع شامل پوشش‌های مختلف بیمه‌ای به همراه سرمایه‌گذاری مطمئن و بدون ریسک بر حسب نیازهای خود مطابق با شرایط روز به دلخواه طراحی نماید. همواره نقشی از آینده را تجسم می‌نماییم و در آن رفاه و امنیت مالی خانواده را به عنوان خورشیدی در آسمان آینده متصور می‌شویم. آنچه ما را در دستیابی به این خواسته یاری می‌نماید حاصل تلاش و آینده‌نگریمان طی سال‌های پیش‌رو می‌باشد.

#### بیمه عمر مناسب راهی است برای محقق نمودن تصویری که از آینده‌مان ساخته‌ایم.

در شرکت بیمه زندگی خاورمیانه طرح بیمه مستمری و بازنشستگی تکمیلی برگرفته از تحلیل مدل سیستم حقوق و دستمزد می‌باشد که در سازمان‌های مختلف به صورت مدل‌های گوناگونی طراحی شده‌است و کمتر سازمانی از مدل استاندارد و علمی برای تعیین حقوق و دستمزد کارکنان بهره می‌برد. اکثر مدل‌ها و قواعد سلیقه‌ای و اقتضایی بوده و هیچ اصول حرفه‌ای در طراحی آن به کار گرفته نشده‌است.

دلایل مختلفی وجود دارد که سیستم حقوق مزایای سازمان‌ها را در مسیری نادرست هدایت کرده و منجر به پدید آمدن سیستمی ناصحیح شده‌است.

رویکرد کاهش هزینه‌ها در سازمان‌ها در اکثر مواقع اثرات متفاوتی را در سیستم حقوق و مزایای کارکنان گذاشته و از آنجایی که تعدیل نیرو آخرین گزینه برای کاهش هزینه‌های منابع انسانی مورد انتخاب بوده بجای آن کاهش مزایا اولین راهکار مطرح و عملی شده‌است. رویکرد شناور بودن مزایا در سازمان‌ها برای تسلط بر میزان پرداختی به کارکنان به نسبت شرایط سودآوری سازمان همیشه یکی از مباحث مهم و چالش بر انگیز برای مدیران منابع انسانی بوده‌است.



این شناوری و متغیر بودن، میزان دریافتی ایزاری برای مدیریت و بهبود عملکرد کارکنان و حتی واحدها موضوع صحیح و استاندارد در بحث منابع انسانی است ولی سیستم‌های منابع انسانی فرسوده و غیرعلمی توان سنجش و ارزیابی دقیق و عادلانه عملکرد کارکنان و در نتیجه توزیع عادلانه بخش شناور مزایا را ندارند و همین موضوع باعث می‌شود عواملی مانند اضافه کاری به عنوان مبنای پرداخت مزایای شناور قرار گیرد که موضوعی غلط و مشکل ساز در سازمان‌ها می‌باشد که خود این مسأله بحران‌ها و مشکلات بیشتری را در پی خواهد داشت و دقیقاً اثری مخرب بر کارایی سازمان برجای خواهد گذاشت.

بنابراین اکثر سازمان‌ها به این سمت حرکت کرده‌اند که نتیجه آن به وجود آمدن اختلافی معنادار بین مبلغ حقوق پایه و میزان دریافتی کارکنان بوده است .

این موضوع تا زمانی که فرد شاغل می‌باشد بحران آفرین نیست. چون سازمان به هر بهانه درست یا نادرستی، عادلانه یا غیرعادلانه به هر حال بخشی از نیازهای کارکنان را با مزایای غیرثابت مانند اضافه کاری، کارانه، پاداش یا فوق العاده‌های متفاوت و گاهاً بی‌منطق حل می‌کند اما موضوع اساسی و مشکل اصلی برای افراد از زمانی آغاز می‌شود که به هر دلیل قصد جدایی از سازمان دارند بالاخص زمانی که بازنشسته می‌شوند. در این دوران مبنای محاسبه و پرداخت حقوق بازنشستگی حقوق پایه فرد می‌باشد که عموماً بسیار پایین‌تر از مبلغ دریافتی در دوران شاغلی می‌باشد چون تقریباً تمام مزایای غیرثابت قطع شده و گاهاً دریافتی فرد به نصف کاهش می‌یابد و تطبیق زندگی در روزگار پیری با درآمدی معادل نصف درآمد قبلی خود چالشی مهم و سخت می‌باشد.

اگر بحران جدید پیش‌روی صندوق‌های بازنشستگی را نیز به چالش‌های فوق اضافه کنیم که ناگزیر اضافه خواهد شد مسأله بسیار عمیق‌تر خواهد شد.

صندوق‌های بازنشستگی که در وضعیت فعلی و درحالی که پیک جمعیتی هنوز دوره شاغل و پرداخت کننده به صندوق‌ها هستند و به مرحله دریافت مستمری از صندوق‌ها نرسیده‌اند وضعیت مطلوبی ندارد چه رسد که





پیک جمعیت به سن بازنشستگی و دریافت مستمری برسد. مطمئناً با وضعیت فعلی صندوق‌ها سعی در پرداخت مستمری بر اساس حداقل‌ها را در دستور کار قرار خواهند داد تا بتوانند به نوعی همه افراد تحت پوشش قرار دهند. همه این مشکلات و بحران‌ها نشان از روزهای سخت از لحاظ مالی در دوره بازنشستگی برای افراد شاغل فعلی دارد و هشدار جدی است بر عدم اطمینان به حقوق دوره بازنشستگی.

معضل بازنشستگی معضلی است که به تدریج نمایان می‌شود ولی طی حداکثر ۱۰ سال آینده به ابر چالشی جدی بدل خواهد شد اما این معضل راه‌حلی کوتاه‌مدت نخواهد داشت و باید از زودترین زمان ممکن راه‌حلی اندیشید.

بیمه مکمل بازنشستگی به نحوی که بتواند مشکل افت درآمد در دوران بازنشستگی را جبران کند راه‌حلی است که بایستی آن را بسیار جدی گرفت. چرا که صندوق‌های بازنشستگی توان تأمین زندگی در حد قابل قبول را در دوران بازنشستگی را نخواهند داشت.

بیمه مرکزی نیز طی سال‌های اخیر با تمرکز بر تأسیس شرکت‌های تخصصی بیمه و الزام شرکت‌های بیمه‌های جنرال بر جداسازی بیمه‌های زندگی و غیر زندگی سعی در تخصصی کردن بیمه‌های زندگی دارد. تا زمینه برای طراحی محصولات بیمه‌ای جهت ارائه راه‌حل معضلات مطرح شده فراهم گردد.

بیمه مستمری (مکمل حقوق بازنشستگی) محصولی است که دقیقاً با این هدف و حل این مشکل در سال ۱۳۹۷ طراحی و معرفی شده است. در این بیمه فرد به طور مستقل یا سازمان برای کارکنان خود مبلغی را (که می‌تواند بخش کوچکی از درآمد سالانه فرد) باشد را به عنوان بیمه دوره بازنشستگی پرداخت می‌کند. در این نوع بیمه برخلاف صندوق‌های بازنشستگی که هیچ شفافیتی در خصوص مبلغ مورد تعهدشان در دوره بازنشستگی فرد ندارند، دقیقاً مبلغ حقوق مورد پرداخت در دوره بازنشستگی را بر مبنای حق بیمه وصولی فعلی تعیین و تضمین می‌کند، انعطاف در پرداخت را بر اساس نوع درخواست بیمه‌شده فراهم می‌شود و امکان تضمین برای



همسر و فرزندان را نیز فراهم می‌کند. حتی می‌تواند مادام‌العمر به فرد حقوق پرداخت کند و همه این شرایط شفاف و دقیق به بیمه‌شده اعلام و تضمین می‌شود.

بیمه مستمری و بازنشستگی تکمیلی بیمه‌ای است که برای هر فرد از بدو تولد تا سن ۸۰ سالگی می‌توان تهیه نمود. برای دریافت مستمری پس از پایان قرارداد محدودیت‌های شرایط سنی و مدت انتظار وجود ندارد. هر پدر و مادری می‌تواند این بیمه‌نامه را برای فرزند خود تهیه نماید. همچنین افراد شاغلی که در خصوص آینده مالی خود و دوران بازنشستگی‌شان دغدغه و نگرانی دارند نیز می‌توانند این محصول را تهیه نموده و با اطمینان خاطر به آینده بنگرند.

این بیمه‌نامه راه‌حلی برای تهیه یک درآمد اضافی در تمامی دوران‌های زندگی از بدو تولد تا دوران بازنشستگی می‌باشد. این محصول دارای دو بعد سرمایه‌گذاری و پوشش بیمه‌ای است که هر شخصی می‌تواند از مزایای هر دوی آن بهره‌مند گردد. تمایز این محصول نسبت به سایر بیمه‌های عمر، که نزد اقشار جامعه محبوبیت آنچنانی ندارد در بعد سرمایه‌گذاری است که منوط به حیات فرد می‌باشد.

بعد سرمایه‌گذاری:

- ✓ انعقاد قراردادهای ۵ الی ۳۰ ساله
- ✓ پرداخت حق بیمه طی مدت قرارداد به صورت ماهانه، سه ماهه، شش ماهه و یا سالانه
- ✓ نرخ تعدیل حق بیمه از ۵٪ تا ۲۰٪ (به منظور پوشش تورم موجود در جامعه برای پرداخت سالیانه)
- ✓ دریافت مستمری به صورت مادام‌العمر یا مدت زمان انتخابی
- ✓ دریافت مستمری در اقساط ماهانه، سه ماهه، شش ماهه و یا سالانه به انتخاب بیمه‌گذار
- ✓ نرخ تعدیل مستمری سالانه ۵٪
- ✓ پرداخت سود مشارکت در منافع علاوه بر سود تضمینی



بعد پوشش بیمه‌ای:

- ✓ سرمایه فوت عادی تا سقف ۲ میلیارد ریال در صورت درخواست تضمین و سقف ۵ میلیارد ریال در صورت عدم درخواست تضمین، در زمان دریافت مستمری
- ✓ تضمین به صورت مادام‌العمر، یا مدت زمان انتخابی (اگر بیمه شده در طول مدت دریافت مستمری فوت نماید با درخواست تضمین برای بیمه‌نامه خود می‌تواند شخصی را به عنوان استفاده کننده مستمری پس از فوت خود انتخاب نماید).
- ✓ فوت عادی می‌تواند از ۵ تا ۴۰ برابر مبلغ سالانه حق بیمه پرداختی انتخاب گردد. (حداقل میزان نباید از ۵۰ میلیون ریال کمتر، و حداکثر میزان نباید از ۲۰ میلیارد ریال بیشتر باشد).
- ✓ نرخ تعدیل سرمایه فوت از ۵٪ تا ۲۰٪

### چه تضمینی برای ایفای تعهدات شرکت بیمه زندگی خاورمیانه وجود دارد ؟

شرکت بیمه زندگی خاورمیانه با برخورداری از سرمایه تعیین شده از سوی بیمه مرکزی ج.ا.ا، کلیه عملیات بیمه‌ای خود را تحت نظارت و با مشارکت بیمه مرکزی ج.ا.ا انجام می‌دهد.

### این محصول برای چه افرادی پیشنهاد می‌شود ؟

- کلیه افراد با هر سن، شغل و درآمد: حتی کسانی که دارای شرایط مالی و رفاه بالایی هستند.
- کودکان و نوجوانان: تأمین هزینه‌های تحصیل، ازدواج، مسکن و....
- سرپرست خانواده: پشتوانه مالی فرزندان در صورت فقدان سرپرست خانواده
- زنان خانه‌دار: امکان دریافت مستمری مادام‌العمر
- پرسنل شاغل در سازمان‌ها: انعقاد قرارداد گروهی با در نظر گرفتن مزایای ویژه جهت افراد شاغل در سازمان‌ها، شرکت‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی



### ۳-۲- بیمه مستمری آنی

طرح بیمه مستمری آنی در شرکت بیمه زندگی خاورمیانه با دریافت مجوز از بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، در دی ماه سال ۱۳۹۹ رونمایی شد. بیمه نامه مستمری آنی به منظور تشکیل سرمایه بیشتر و زودبازده در جداول بازنشستگی تکمیلی طراحی شده است. بر خلاف سایر بیمه‌های عمر که فوت بیمه‌شده را تحت پوشش قرار می‌دهند، در این طرح حیات بیمه‌شده تحت پوشش قرار می‌گیرد و هنگام کاهش درآمد در دوران بازنشستگی راه‌حلی برای تهیه یک درآمد اضافی است.

\*سن ورود به این طرح حداقل ۳۰ سال می‌باشد. این بیمه‌نامه برای افرادی که تمایل به پرداخت حق بیمه در سال‌های طولانی را ندارند و یا در سنین کودکی و نوجوانی خود فرصت خرید بیمه‌های مستمری سالانه را از دست داده‌اند بهترین گزینه است زیرا می‌توانند کل حق بیمه را به صورت یکجا پرداخت و از سال بعد مستمری دریافت کنند.

تعریف بیمه مستمری آنی: نوعی بیمه "عمر به شرط حیات" است، که به موجب آن بیمه‌گر با دریافت حق بیمه (بطور یکجا) متعهد به پرداخت مستمری مادام‌العمر (تا سن ۱۰۰ سالگی)، یا مستمری با مدت معین می‌شود.

در این طرح کل مبلغ حق بیمه به صورت یکجا در ابتدای قرارداد پرداخت می‌شود. پس از گذشت یکسال دوره انتظار، بیمه‌شده مستمری ماهانه (به صورت مدت معین یا مادام‌العمر به انتخاب خود شخص) دریافت می‌نماید. مبلغ مستمری هر ساله به صورت سیستمی و اتوماتیک ۵ درصد افزایش می‌یابد و در صورت انتخاب گزینه تضمین، با فوت بیمه شده، ذینفع وی می‌تواند تا پایان دوره تضمین ادامه حقوق مستمری ماهانه را دریافت کند.



### مشخصات ویژه بیمه مستمری آنی در شرکت بیمه زندگی خاورمیانه چیست ؟

- ✓ دوره انتظار یکساله موجب سرمایه‌گذاری در حق بیمه‌های پرداختی و ایجاد بازده بیشتری خواهد شد.
- ✓ این بیمه‌نامه سرمایه فوت و پوشش‌های تکمیلی ندارد لذا جهت صدور بیمه‌نامه نیاز به ارزیابی ریسک و یا انجام معاینه و آزمایش‌های پزشکی برای کلیه مبالغ حق بیمه نیست.
- ✓ بهره‌مندی از سود مشارکت در منافع علاوه بر سود تضمین شده.
- ✓ به منظور به‌روز نگه‌داشتن ارزش پول و مقابله با تورم، مبلغ مستمری پرداختی سالانه به صورت سیستمی و اتوماتیک ۵ درصد اضافه می‌گردد.
- ✓ تضمین پرداخت مستمری ماهانه حتی بعد از فوت بیمه‌شده به ذینفع انتخابی. (در صورت انتخاب گزینه تضمین)
- ✓ معافیت مالیاتی: این بیمه‌نامه از مالیات بر ارث، مالیات بر سرمایه‌گذاری و حتی مالیات بر ارزش افزوده نیز معاف است.
- ✓ حداقل سن بیمه شده سی سال تمام
- ✓ پرداخت حق بیمه به صورت یکجا و در ابتدای قرارداد
- ✓ دریافت مستمری ماهانه پس از یکسال دوره انتظار
- ✓ امکان بازخرید در مدت بیمه‌نامه طبق قوانین

#### دوره تضمین :

دوره تضمین در بیمه‌نامه مستمری آنی گزینه انتخابی است.

اگر گزینه تضمین انتخاب گردد: در صورتی که بیمه‌شده در مدت زمان دریافت مستمری فوت نماید، ذینفع وی می‌تواند تا پایان دوره تضمین، مبالغ مستمری را دریافت نماید. به عبارتی دیگر اگر بیمه‌شده در مدت



تضمین زنده باشد، خودش و چنانچه در زمان تضمین فوت نماید، ذینفع تعیین شده در بیمه‌نامه مبلغ مستمری را دریافت خواهد کرد.

\*نکته ۱: مدت تضمین از زمان شروع دریافت اولین حقوق مستمری آغاز می‌گردد نه پس از فوت بیمه‌شده.

\*نکته ۲: مدت تضمین حداکثر ۱۰ سال به شرطی که از ۷۵ سالگی تجاوز نکند.

\*نکته ۳: مدت تضمین برای افراد با سن ۷۰ الی ۷۵ سال ۵ سال می‌باشد.

اگر گزینه تضمین انتخاب نشود: در صورت فوت بیمه‌شده در طول مدت دریافت مستمری، بیمه‌نامه به پایان می‌رسد و کل حق بیمه پرداخت شده عودت داده می‌شود.

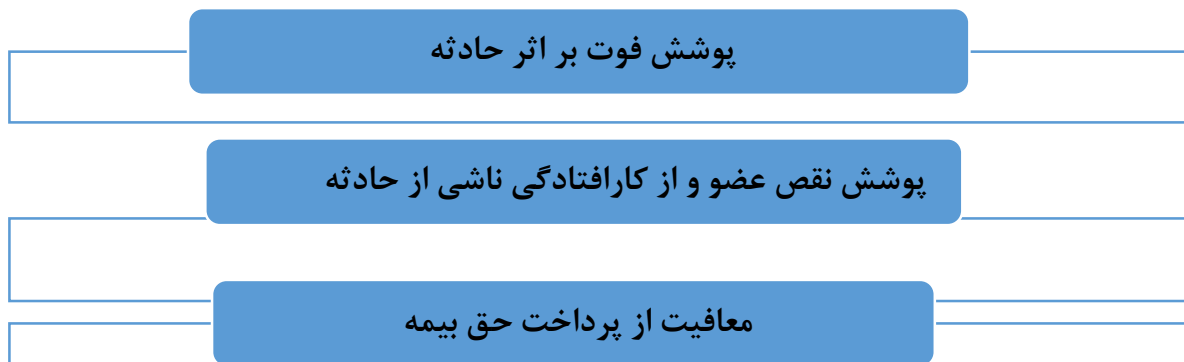
\*نکته: در صورت فوت ذینفع در دوره تضمین، ادامه مستمری به وراث قانونی تعلق می‌گیرد. همچنین بازخرید بیمه‌نامه هم امکان‌پذیر است.

### ۳-۳- بیمه تمام عمر

در بیمه تمام عمر، مدت بیمه‌نامه نامحدود است و شما می‌توانید سرمایه بیمه‌نامه خود را به صورت ثابت یا افزایشی انتخاب نمایید. شرکت بیمه زندگی خاورمیانه در ازای دریافت حق بیمه، به طور مادام‌العمر متعهد می‌شود که در صورت فوت بیمه‌شده سرمایه مندرج در بیمه‌نامه را به استفاده‌کنندگان بپردازد.

پوشش‌های تکمیلی بیمه تمام عمر

شرکت بیمه خاورمیانه به منظور بهره‌مندی هر چه بیشتر بیمه‌شده از خدمات بیمه‌ای، در بیمه‌نامه تمام عمر علاوه بر ارائه پوشش اصلی خطر فوت، پوشش‌های تکمیلی را نیز لحاظ نموده‌است که به دلخواه بیمه‌گذار انتخاب می‌گردد. سن بیمه‌شده در این بیمه‌نامه از بدو تولد تا ۱۰۰ سالگی می‌باشد.



### ویژگی‌های بیمه تمام عمر شرکت بیمه زندگی خاورمیانه

- ✓ پرداخت سود مشارکت در صورت بازخرید بیمه‌نامه
- ✓ پرداخت مبلغی معادل سرمایه فوت در صورت حیات بیمه‌شده تا اتمام مدت بیمه‌نامه
- ✓ امکان مخفف نمودن بیمه‌نامه در طول مدت بیمه‌نامه

### بیمه تمام عمر برای چه افرادی مناسب است ؟

بیمه تمام عمر آخرین هدیه‌ای است که والدین به فرزند خود می‌دهند. پدر و مادر با پرداخت حداقل حق بیمه در مقاطع ۵، ۱۰ یا ۱۵ ساله خود را به صورت مادام‌العمر به نفع فرزندان تحت پوشش بیمه تمام عمر قرار می‌دهند.

### ۳-۴- بیمه عمر ساده زمانی

شخص بیمه‌شده با خرید بیمه عمر زمانی طی مدت زمان معین و طول مدت ۲۴ ساعت شبانه روز و در تمام نقاط دنیا در مقابل خطر فوت به هر علت تحت پوشش قرار می‌گیرد. حق بیمه این بیمه‌نامه بر اساس شرایط سنی و سلامت بیمه‌شده تعیین می‌شود.

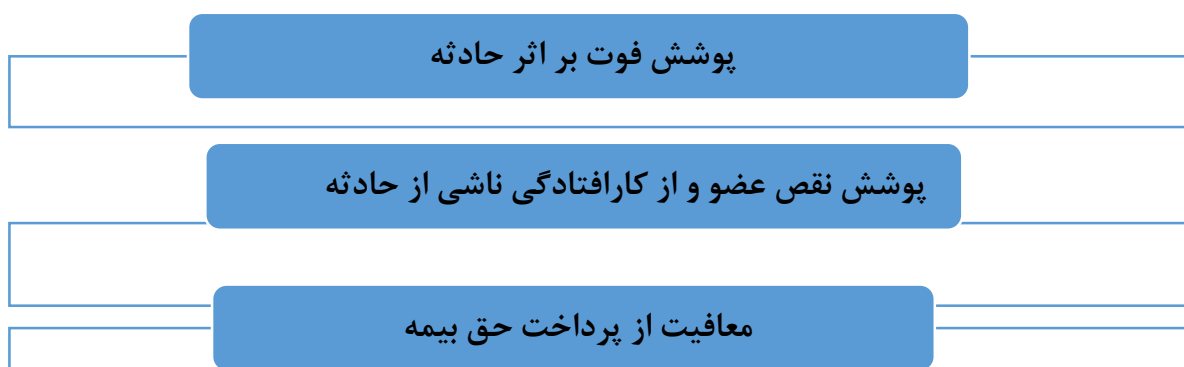


بیمه‌نامه عمر زمانی نوعی از بیمه‌نامه‌های عمر است که صرفاً خطرات ناشی از فوت بیمه‌شده را تحت پوشش قرار می‌دهد. حق بیمه این نوع بیمه‌نامه بر اساس شرایط سنی و میزان سرمایه درخواستی و سلامت بیمه‌شده تعیین می‌گردد.

در این بیمه‌نامه بیمه‌شدگان از بدو تولد تا ۹۰ سالگی تحت پوشش قرار می‌گیرند و مدت بیمه‌نامه می‌تواند به دلخواه بیمه‌گذار از یکسال تا بیست سال انتخاب گردد.

### \*مزیت‌های ویژه بیمه عمر زمانی در شرکت بیمه زندگی خاورمیانه

شرکت بیمه خاورمیانه به منظور بهره‌مندی هر چه بیشتر بیمه‌شده از خدمات بیمه‌ای، در بیمه‌نامه عمر زمانی علاوه بر ارائه پوشش اصلی خطر فوت، پوشش‌های تکمیلی را نیز لحاظ نموده‌است که به دلخواه بیمه‌گذار انتخاب می‌گردد.



### بیمه عمر زمانی برای چه افرادی پیشنهاد می‌شود؟

این بیمه‌نامه مناسب افرادی است که مایلند پس از فوت خود سرمایه‌ای قابل توجهی برای بازماندگان و یا افراد خاصی از اعضای خانواده خود باقی گذارند. در این نوع بیمه‌نامه شرکت تعهد می‌کند در ازای پرداخت حق بیمه توسط بیمه‌گذار، در صورت فوت بیمه‌شده طی مدت معینی، سرمایه فوت را به استفاده‌کنندگان بپردازد.





### ۳-۵- انواع پوشش های تکمیلی

پوشش فوت حادثی: (رخداد حادثه، هر واقعه ناگهانی که منجر به فوت گردد).

- ✓ علاوه بر سرمایه فوت عادی فوت حادثی نیز پرداخت می شود. (مجموع مبلغ فوت عادی و فوت حادثی نباید از ۴۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال تجاوز کند).
- ✓ سقف پرداخت این پوشش مبلغ ۲۰ میلیارد ریال می باشد.
- ✓ پوشش فوت حادثی می تواند از ۱ تا ۳ برابر سرمایه فوت عادی انتخاب گردد. (این میزان برای افراد زیر ۴ سال یک برابر، برای افراد زیر ۱۵ سال دو برابر و برای افراد بالای ۱۵ سال تا سه برابر پوشش فوت عادی قابل انتخاب است).
- ✓ این پوشش از بدو تولد تا سن ۷۴ سالگی ارائه می گردد.
- ✓ سن سررسید ۷۵ سالگی می باشد.
- پوشش نقص عضو و از کار افتادگی در اثر حادثه: (پوشش نقص عضو یا از کار افتادگی دائم - کلی یا جزیی) قطع، تغییر شکل و یا از دست دادن توانایی انجام کار عضوی از اعضای بدن به علت حادثه است).
- پوشش نقص عضو می تواند ۵۰٪ تا ۲۰۰٪ سرمایه فوت عادی انتخاب شود. (این پوشش بایستی برابر یا کوچکتر از ضریب انتخابی فوت حادثی باشد).
- ✓ این پوشش از بدو تولد تا ۷۴ سالگی ارائه می گردد.
- ✓ سن سررسید ۷۵ سالگی می باشد.
- ✓ سقف پرداخت این پوشش مبلغ ۵ میلیارد ریال می باشد.



پوشش هزینه‌های پزشکی ناشی از حادثه: (پوشش هزینه‌های پزشکی ناشی از حادثه مخارجی است که بیمه

شده حادثه دیده، در ازای دریافت خدمات درمانی، متحمل می‌شود).

✓ این پوشش به میزان ۲۰٪ سرمایه فوت عادی قابل پرداخت می‌باشد.

✓ سقف سرمایه این پوشش یک میلیارد ریال می‌باشد.

✓ این پوشش از بدو تولد تا ۷۴ سالگی ارائه می‌گردد.

✓ سن سررسید ۷۵ سالگی می‌باشد.

پوشش بیماری‌های خاص: (در صورت ابتلای بیمه شده به بیماری‌های خاص -سکته قلبی، سکته مغزی، عمل

جراحی قلب باز، پیوند اعضای اصلی بدن، کوری، کری، از دست دادن قدرت تکلم، هموفیلی، HIV، آنمی

آپلاستیک، مننژیت، بیماری‌های نوروپاتی، انواع هپاتیت، جراحی آئورت قلب، بیماری‌های ماهیچه

قلب، نارسایی کبد، نارسایی ریه، از دست دادن اندام- سرمایه امراض خاص قابل پرداخت می‌باشد).

✓ پرداخت این پوشش به ازای هر بیماری یک بار صورت می‌پذیرد.

✓ ارائه این پوشش از بدو تولد تا سن ۶۰ سالگی می‌باشد.

✓ سن سررسید ۶۵ سالگی می‌باشد.

✓ سقف سرمایه این پوشش ۱,۵ میلیارد ریال می‌باشد.

پوشش سرطان: (بیماری‌هایی که در اثر عوامل خارجی-مواد شیمیایی، پرتوها و عفونت‌ها- یا عوامل داخلی -

جهش‌های ارثی، هورمون‌ها و بیماری‌های سیستم ایمنی- به وجود می‌آیند و تشخیص قطعی آن از طریق

نمونه‌برداری، آزمایش و بررسی پاتولوژیک-آسیب‌شناسی- امکان‌پذیر می‌باشد).

✓ سقف پرداخت این پوشش ۶,۲ میلیارد ریال می‌باشد.

✓ این پوشش از بدو تولد تا ۶۰ سالگی ارائه می‌گردد.

✓ سن سررسید ۷۵ سالگی می‌باشد.



پوشش معافیت از پرداخت حق بیمه در صورت فوت یا از کارافتادگی کامل و دائم:

- ✓ در صورتیکه بیمه‌گذار و بیمه‌شده یکسان باشد: در صورت از کار افتادگی کامل و دائم، بر اثر حادثه و یا بیماری که دیگر قادر به ادامه کار نباشد، شرکت بیمه خاورمیانه تعهد پرداخت حق بیمه تا پایان مدت قرارداد را برعهده دارد و بیمه‌نامه به قوت خود باقی است.
- ✓ در صورتیکه بیمه‌گذار و بیمه‌شده متفاوت باشند: در صورت از کار افتادگی کامل و دائم، بر اثر حادثه و یا بیماری که دیگر قادر به ادامه کار نباشد، و یا در صورت فوت بیمه‌گذار، شرکت بیمه خاورمیانه تعهد پرداخت حق بیمه تا پایان مدت قرارداد را برعهده دارد و بیمه‌نامه به قوت خود باقی است.
- ✓ این پوشش از ۱۸ سالگی تا ۶۰ سالگی قابل ارائه می‌باشد.
- ✓ سن سررسید ۶۵ سالگی می‌باشد.



## فصل چهارم

### سازمان فروش



## ۴- سازمان فروش

### اصطلاحات و تعاریف:

**تعهد فروش:** هر شخص در هر سطحی از سازمان فروش بایستی مبلغ و تعداد فروش خود را در بازه زمانی یک ماهه پیش‌بینی نماید و آن میزان را به شرکت بیمه زندگی خاورمیانه اعلام نماید و تحقق این میزان فروش را تعهد نماید.

**امتیاز تعهد فروش:** در صورتی که فرد به میزان تعهد فروش خود طی بازه زمانی یک ماهه دست یابد امتیاز معادل  $2X$  تعهد فروش کسب می‌نماید. و در صورتیکه میزان فروش وی بیش از میزان تعهد فروش باشد، امتیاز معادل مازاد فروش خود کسب می‌کند. (  $X$  میزان تعهد فروش فرد می‌باشد).

\*نکته: اگر فرد نتواند میزان تعهد فروش خود در بازه زمانی یک ماهه را تحقق بخشد، امتیاز تعهد فروش وی معادل دو برابر فروش تحقق یافته منهای دو برابر کسری فروش، محاسبه می‌گردد.

**تعادل:** در تمامی سطوح سازمان فروش به غیر از سطح نماینده، هر مدیر باید بتواند میانگین فروش (ریالی و عددی) ارکان مستقیم سازمان خود را با کیفیت برابری تربیت نماید و افراد ضعیف‌تر را به دستیابی به میزان فروش افراد قوی‌تر تشویق نماید.

**شرط تعادل:** هیچ یک از زیرمجموعه‌های مستقیم هر مدیر، نباید به تنهایی بیش از ۵۰٪ فروش سازمان را داشته باشند. در صورتیکه شرط تعادل برقرار نشود مجموع امتیاز کسب شده تعهد فروش از طریق آن مجموعه به ۵۰٪ کاهش می‌یابد. (شرط تعادل بر امتیاز تعهد فروش اثر می‌گذارد).

**جذب نماینده:** هر نماینده می‌تواند طبق مفاد آیین‌نامه جذب اقدام به جذب نماینده دیگر کند. (آیین نامه جذب در قسمت پیوست دفترچه موجود می‌باشد).

**تربیت:** خروج از سازمان فروش شخص و رسیدن به رتبه یکسان

**مدیر ارشد:** بالاترین سطح سازمان فروش شرکت بیمه زندگی خاورمیانه مدیر ارشد می‌باشد که به منزله رهبر هر گروه آیین‌نامه‌ها، دستورالعمل‌ها، تصمیمات و فرهنگ سازمانی شرکت بیمه زندگی خاورمیانه را به اعضاء سازمان فروش خود ابلاغ می‌نماید و بر نحوه صحیح اجرای آن‌ها توسط سازمان فروش خود نظارت دارد.

**مدیر توسعه:** به منظور توسعه سازمان فروش شرکت بیمه زندگی خاورمیانه این سطح در سازمان فروش به وجود آمده تا مدیران در این سطح بتوانند مدیران و نمایندگان مجموعه خود را به فروش و جذب هر چه بیشتر نماینده هدایت و تربیت نمایند تا سازمان فروش در گستره جغرافیایی وسیع‌تری توسعه یابد.



**مدیر آموزش:** وظیفه مدیر آموزش در سازمان فروش شرکت بیمه زندگی خاورمیانه آموزش فنی محصولات، آموزش فروش و بازاریابی، آموزش نحوه حفظ پرتفو و اعضاء زیرمجموعه، به ارکان مستقیم سازمان زیرمجموعه خود می باشد.

**مدیر فروش:** وظیفه مدیر فروش، جذب، نگهداشت و سازماندهی نمایندگان فعال به سازمان فروش خود می باشد. علاوه بر این بایستی بر میزان فروش و نحوه برخورد نمایندگان زیرمجموعه خود با بیمه گذاران نظارت داشته باشد.

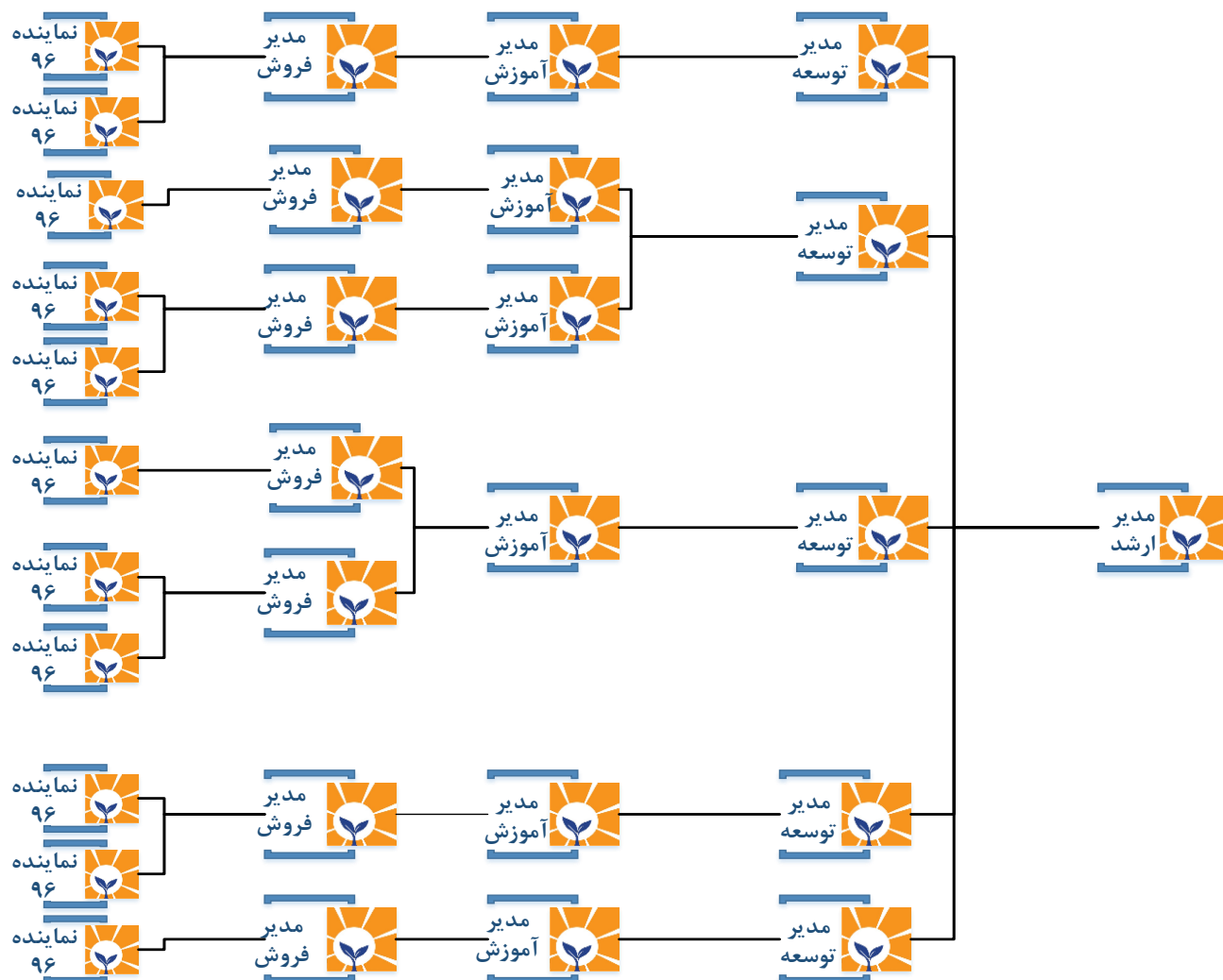
**نماینده آیین نامه ۹۶:** نماینده ۹۶ مستقیماً با بیمه گذار در ارتباط است و وظیفه وی، فروش بیمه نامه به مشتریان بالقوه شرکت بیمه زندگی خاورمیانه می باشد.

**نماینده جذب:** نماینده ۹۶ ای که بتواند علاوه بر فروش بیمه نامه، نمایندگان احتمالی را طبق آیین نامه جذب به سازمان فروش شرکت بیمه زندگی خاورمیانه جذب نماید.



## ۴-۱- چارت سازمان فروش

چارت سازمان فروش شرکت بیمه زندگی خاورمیانه به شکل زیر می باشد.





#### ۴-۲- نحوه رشد در سازمان

به منظور تسهیل در رتبه‌بندی نمایندگان، رشد ایشان در سازمان فروش، ارتقاء و تعالی سازمان فروش نظام‌مند، و ایجاد انگیزه متناسب با نحوه فعالیت ایشان، شرایط مورد نیاز هر سطح از سازمان فروش در ذیل ارائه شده‌است.

نحوه کسب امتیاز به دو صورت امتیاز داخلی و امتیاز تطبیق برای مهاجرت از سازمان فروش سایر شرکت‌ها است.

امتیاز داخلی: به منظور ارتقاء و رشد در داخل سازمان فروش هر فرد در هر سطحی باید امتیازها و شروط لازم را که در ذیل به آن‌ها اشاره شده‌است را کسب نماید.

ارتقاء در سازمان فروش تنها به صورت سطح به سطح می‌باشد، یعنی هر فرد در هر سطحی از سازمان برای ارتقاء به یک سطح بالاتر از سطح فعلی خود، باید بتواند ابتدا **حداقل امتیاز** هر یک از شرایط مورد نیاز سطح بالاتر را کسب نماید.

امتیاز داخلی همانگونه که در جدول ذیل نمایش داده شده برای هر سطح سازمان فروش مشخص شده‌است.

\*نکته: توجه داشته‌باشید حداقل میزان امتیازهای تعیین شده به صورت استاندارد و کلی می‌باشد، که این حداقل امتیاز در استان‌های مختلف امکان افزایش دارد.



## \*جدول حداقل امتیازات برای ارتقاء سال ۱۳۹۹\*

\*حداقل امتیازات به صورت سالانه افزایش خواهد یافت.

ردیف	سطح سازمانی	شرایط مورد نیاز این سطح	حداقل تعهد فروش		حداقل تعداد نماینده جذب شده	حداقل تعداد تربیت مدیر هم سطح
			حداقل امتیاز تعهد فروش	حداقل تعداد سالانه		
۱	مدیر ارشد	تعهد فروش	۲۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	*	۲
۲	مدیر توسعه	تعهد فروش / تربیت مدیر توسعه	۶,۰۰۰	۳,۰۰۰	*	۲
۳	مدیر آموزش	تعهد فروش / تربیت مدیر آموزش	۲,۰۰۰	۱,۰۰۰	*	۳
۴	مدیر فروش	تعهد فروش / جذب تربیت مدیر فروش	۲۰۰	۱۰۰	۱۰	*

(مبالغ به میلیون تومان است.)



\*نکته ۱: امتیازات به صورت کف مورد انتظار بوده و ارتقاء با نظر مدیرارشد صورت خواهد گرفت.

\*نکته ۲: شرط ارتقاء به سطح مدیر فروش علاوه بر جدول فوق، به ترتیب دستیابی به حداقل میزان مبالغ وصولی و تعداد بیمه‌نامه‌های صادره نماینده‌های جدید جذب شده، معادل ۱ میلیارد ریال و ۱۰۰ عدد است.

\*نکته ۳: ۲/۵ درصد از مبلغ واریز به اندوخته و حق بیمه مستمری آنی در ارتقاء موثر است.

افرادی که تمایل به ارتقاء در سازمان فروش را دارند باید بتوانند، حداقل امتیاز تعهد فروش را طی دوره حداکثر یکساله کسب نمایند.

در هر سطح در صورتی که فرد بتواند امتیازهای لازم جهت ارتقاء به سطح بالاتر را کسب نماید، تمامی اعضاء سازمان فروش وی و نماینده‌های جذب شده مستقیم و غیرمستقیم با او منتقل می‌گردد و کارمزد آتی آئین‌نامه جذب مستقیم وی به مدیر فعلی منتقل می‌گردد.

امتیاز تطبیق: در خصوص افرادی که از سایر شرکت‌ها تمایل به همکاری با شرکت بیمه زندگی خاورمیانه را دارند امتیاز تطبیق مورد بررسی قرار می‌گیرد. امتیاز تطبیق هر فرد مشخص می‌کند که در کدام سطح از سازمان فروش و با چه امتیاز اولیه شروع به فعالیت کند. این امتیاز مجموع امتیازهایی است که به وی بابت موارد زیر تعلق می‌گیرد.

✓ فروش فرد در سازمان فروش قبلی که مشغول به فعالیت بوده‌است به صورت مبالغ وصولی و تعداد بیمه‌نامه‌های صادره.

✓ سمت وی در سطح سازمان و تعداد اعضاء سازمان فروش وی در شرکت قبل که مشغول به فعالیت بوده‌است.

\*نکته: امتیاز تطبیق توسط ستاد پس از دریافت اسناد و مدارک اعلامی محاسبه می‌شود.



## فرم‌های مورد نیاز

## ۵- فرم های مورد نیاز

فرم شماره ۱ ( تهیه لیست مشتریان بالقوه)

لیست مشتریان بالقوه						گروه:
ردیف	نام و نام خانوادگی	نسبت	شماره تماس	شغل	وقت آزاد	وضعیت دعوت
۱						
۲						
۳						
۴						
۵						
۶						
۷						
۸						
۹						
۱۰						
۱۱						
۱۲						
۱۳						
۱۴						
۱۵						
۱۶						
۱۷						
۱۸						
۱۹						
۲۰						

فرم شماره ۲ (تهیه لیست نمایندگان احتمالی)

لیست نمایندگان احتمالی					
ردیف	نام و نام خانوادگی	شماره تماس	وضعیت تأهل	شغل	سن
۱					
۲					
۳					
۴					
۵					
۶					
۷					
۸					
۹					
۱۰					
۱۱					
۱۲					
۱۳					
۱۴					
۱۵					
۱۶					
۱۷					
۱۸					
۱۹					
۲۰					



فرم شماره ۳ (جدول امتیازدهی)

ردیف	نام و نام خانوادگی	امتیاز سوال ۱	امتیاز سوال ۲	امتیاز سوال ۳	امتیاز سوال ۴	امتیاز سوال ۵	امتیاز سوال ۶	امتیاز سوال ۷	امتیاز سوال ۸	امتیاز سوال ۹	امتیاز سوال ۱۰	امتیاز سوال ۱۱	امتیاز سوال ۱۲	امتیاز سوال ۱۳	جمع امتیاز فرد
۱															
۲															
۳															
۴															
۵															
۶															
۷															
۸															
۹															
۱۰															
۱۱															
۱۲															
۱۳															
۱۴															
۱۵															

فرم شماره ۴ (جدول ۵۰ نفر منتخب)

ردیف	نام و نام خانوادگی	تاریخ دعوت	ساعت دعوت	ردیف	نام و نام خانوادگی	تاریخ دعوت	ساعت دعوت
۱				۲۶			
۲				۲۷			
۳				۲۸			
۴				۲۹			
۵				۳۰			
۶				۳۱			
۷				۳۲			
۸				۳۳			
۹				۳۴			
۱۰				۳۵			
۱۱				۳۶			
۱۲				۳۷			
۱۳				۳۸			
۱۴				۳۹			
۱۵				۴۰			
۱۶				۴۱			
۱۷				۴۲			
۱۸				۴۳			
۱۹				۴۴			
۲۰				۴۵			
۲۱				۴۶			
۲۲				۴۷			
۲۳				۴۸			
۲۴				۴۹			
۲۵				۵۰			

## پیوست‌ها

### آیین نامه نماینده جذب

#### ماده ۱: مقدمه/هدف

با هدف ارتقاء و تعالی شبکه فروش نظام‌مند، قابل پیگیری بودن نحوه فعالیت‌ها، تسهیل در رتبه‌بندی نمایندگان و رشد ایشان در شبکه فروش آیین‌نامه حاضر تدوین گردید .

#### ماده ۲: دامنه کاربرد/محدوده اجرا

کلیه نمایندگان شرکت مشمول این آیین‌نامه می‌باشند.

#### ماده ۳: مرجع تصویب

این آیین‌نامه به تصویب هیأت مدیره رسیده‌است.

#### ماده ۴: مسئولیت‌ها

مسئولیت تهیه و به‌روزرآوری این آیین‌نامه با معاونت فروش و نمایندگان است.

مسئولیت نظارت بر حسن اجرای این آیین‌نامه با مدیرعامل است.

#### ماده ۵: نحوه انجام کار

سطح نماینده جذب سطحی از سازمان فروش است که در آن نماینده بایستی علاوه بر فروش بیمه‌نامه به بیمه‌گذاران، افرادی که توان فروش بیمه‌نامه به عنوان نماینده فروش در شبکه فروش را دارند به مدیر فروش معرفی نماید. تا علاوه بر رشد و پیشرفت خود شبکه فروش شرکت را رشد دهد.

#### ماده ۶: شرط تبدیل شدن از نماینده فروش به نماینده جذب

شخص متقاضی باید به عنوان نماینده فروش بیمه در شرکت بیمه زندگی خاورمیانه، در مدت فعالیت خود به میزان ۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال فروش انجام دهد تا بتواند علاوه بر نماینده فروش به عنوان نماینده جذب نیز فعالیت نماید.

تبصره: برای نمایندگان فروش فعلی شرکت که تا تاریخ ابلاغ این آیین‌نامه کد نمایندگی خود را دریافت نموده‌اند، معرفی نماینده جدید با نظر مدیر فروش بلامانع خواهد بود.





## ماده ۷: شرط تداوم فعالیت به عنوان نماینده جذب

به منظور باقی ماندن شخص به عنوان نماینده جذب باید علاوه بر معرفی نمودن افراد به عنوان نماینده فروش به شبکه فروش، در طول دوره شش ماهه منتهی به تاریخ محاسبه کارمزد (پایان هر ماه) حداقل به میزان ۳۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال بیمه‌نامه جدید به فروش رسانده و وصول نماید.

تبصره: تاریخ اجرای ماده "شرط تداوم فعالیت به عنوان نماینده جذب" ابتدای سال ۱۳۹۹ خواهد بود، لذا نمایندگان فروش می‌بایست تا تاریخ فوق نسبت به تطبیق با ماده ذکر شده اقدام نمایند.

## ماده ۸: نحوه تخصیص کارمزد

اگر نماینده شرط تبدیل شدن به نماینده جذب را دارا باشد می‌تواند به عنوان نماینده جذب فعالیت نماید. در این صورت در ازای معرفی افراد به شبکه فروش ۷٪ از کارمزد پرداختی بابت فروش مستقیم توسط نمایندگانی که وی معرفی نموده در پنج سال اول فعالیت ایشان، بدون کسر کارمزد نماینده معرفی شده، به نماینده جذب تعلق می‌گیرد.

تبصره: در صورتیکه نماینده شرط تداوم فعالیت را رعایت ننماید کارمزد جذب آن دوره به وی پرداخت نمی‌شود.

## ماده ۹: مفاد آیین‌نامه

این آیین‌نامه در ۹ ماده و ۳ تبصره به تصویب هیأت مدیره رسید و از تاریخ تصویب لازم‌الاجراست.