



سلام! هفته پیش، ۵ روز متوالی را مهمان بیمه نوین در تبریز بودم و دوره جامع آموزش بازاریابی بیمه‌های عمر را برای نمایندگان این شرکت و نیز تعدادی از نمایندگان سایر شرکت‌های بیمه تدریس کردم. این دوره به همت والای جناب آقای دکتر حامد قدس (مدیر شعبه بیمه نوین در استان آذربایجان شرقی) برگزار شد. طی این ۵ روز و در زمان‌های صرف نهار و... چند نوبتی را در خدمت جناب آقای قدس بودم. نکته‌ای که توجهم را بیش از سایر نکات برجسته ایشان به خود جلب کرد، تسلط مثال‌زدنی ایشان بر روی بیمه‌نامه‌های مهندسی بود. لذا دلم نیامد که اطلاعات ناب و دست‌اول ایشان را درباره این نوع بیمه‌نامه‌ها که در کنار بیمه‌های مسئولیت، مورد کم‌مهری بیمه‌گران واقع شده را با شما عزیزان در میان نگذارم.

بنابراین مقرر شد تا از این پس، هر هفته روزهای یکشنبه، مقالات آقای دکتر قدس را از طریق وبلاگ مقالات بیمه مارکتینگ در اختیار نمایندگان عضو در این وبسایت قرار دهیم. امید اینکه مورد توجه و استقبال شما قرار گیرد. سؤالات و نظرات خود را از طریق درج کامنت در انتهای مقاله، با من و جناب آقای دکتر قدس در میان بگذارید.

باتشکر - حامد عسگری

## ناگفته‌های بیمه‌های مهندسی (قسمت اول)

طی ۱۸ سال گذشته، افتخار این را داشته‌ام که در صنعت بیمه فعالیت نمایم. کارم را در سال ۱۳۷۵ با فروشنده‌گی و بازاریابی بیمه شروع نمودم. از ابتدای کار، وجود فاصله بین بینش مردم با بیمه را احساس کردم. چون در جامعه ما بیمه را بیشتر با بیمه‌گرهای اولیه درمان، همچون سازمان خدمات درمانی و تأمین اجتماعی می‌شناسند و متأسفانه این موضوع، همچنان پا برجاست. لذا بر این اساس یکی از آرزوهای من کاهش این فاصله بین بیمه‌گذاران و شرکت‌های بیمه‌گر شد.

با توجه به این موضوع، آموزش نمایندگان فروش بیمه در زمینه تمامی بیمه‌نامه‌ها را از ضروریات‌های اساسی می‌دانم. یکی از مهم‌ترین بیمه‌نامه‌هایی که فضای کار برایش فراهم است و جزو «نیچ مارکت‌ها» (خلاءهای بازار - بازارهای دنج و بکر و دست‌نخورده) می‌باشد بیمه‌نامه مهندسی است.

اگر به آمار کلی این بیمه‌نامه در سال ۱۳۹۲ دقت کنیم، مشاهده می‌کنیم که ۱/۸ درصد از کل بیمه‌نامه‌های تولیدی در کشورمان به بیمه‌های مهندسی اختصاص یافته است و نرخ رشد آن در مقایسه با سال ۱۳۹۱ فقط ۲۲ درصد می‌باشد!

در حالی که متوسط نرخ رشد پورترفوی سال ۱۳۹۲ نسبت به سال ۱۳۹۱، برابر ۲۷/۳ درصد می‌باشد و این بدین معناست که رشد این بیمه‌نامه در مقایسه با متوسط نرخ رشد پورترفوی، پایین است. از طرف دیگر ضریب خسارت این بیمه‌نامه مناسب بوده و در حدود ۲۲/۸ درصد است.

باتوجه به این موضوع، مشخص است که با توجه به پایین بودن دانش فنی و بازاریابی این بیمه‌نامه، توجه چندانی به معرفی و بازاریابی بیمه‌های مهندسی از سوی نمایندگان صورت نگرفته است.

لذا با توجه به مذاکره ای که اینجانب با جناب آقای مهندس حامد عسگری داشتم، مقرر گردید هفته ای یکبار در مورد مسائل فنی و بازاریابی این بیمه نامه که در طول چندین سال تجربه تدریس برای دانشجویان و نمایندگان کسب نمودم را از طریق وبسایت آموزشی بیمه مارکتینگ، خدمت عزیزان مطرح نمایم.

به نظر اینجانب، هرکدام از نمایندگان در مرحله نخست با توجه به تجربیات و تحصیلاتی که در گذشته داشته اند، مستعد فروش یکی از انواع بیمه نامه هستند. به طور مثال یک نماینده می تواند فروشنده خوبی برای بیمه های عمر باشد و نماینده دیگر، فروشنده خوبی برای بیمه های مهندسی.

بنابراین ابتدا باید از نقطه قوت خودمان یعنی از فروش بیمه نامه ای که به آن علاقه مندیم شروع کنیم؛ ولی بر اساس گذشت زمان، این موفقیت در فروش یک بیمه نامه را باید به فروش دیگر بیمه نامه ها تعمیم دهیم (صرفاً به فروش یک نوع بیمه نامه تکیه نکنیم). زیرا نماینده ای موفق خواهد بود که ترکیب پورتفوی متوازی داشته باشد. یعنی علاوه بر فروش بیمه عمر در فروش بیمه نامه های مهندسی، مسئولیت، آتش سوزی و... نیز موفق باشد و این امکان پذیر نخواهد بود مگر با آموزش فنی و بازاریابی سایر بیمه نامه ها.

ایران کشوری در حال شکوفایی و توسعه است و تقریباً سالیانه چندین پروژه بزرگ عمرانی و ملی بزرگ در آن افتتاح می شود یا کلنگ احداث آن بر زمین می خورد. حال آیا این موضوع تا به حال ما را به فکر و اندیشه در راستای جذب ریسک های این پروژه ها فرو نبرده است؟!

امیدوارم نمایندگان عزیز در کنار توسعه فروش سایر بیمه نامه ها، فروش بیمه نامه مهندسی را نیز جزو اهداف اصلی شان قرار دهند. حال به نکاتی در رابطه با بیمه های مهندسی اشاره می کنم...

## تقسیم‌بندی بیمه‌های مهندسی:

الف) بیمه‌های دوره احداث (construction) شامل:

1. بیمه تمام خطر پیمانکاران
2. بیمه تمام خطر نصب

ب) بیمه‌های دوره بهره برداری (Operation) شامل:

1. بیمه تجهیزات و ماشین آلات پیمانکاران
2. بیمه ریسک‌های تکمیل شده ساختمانی
3. بیمه شکست ماشین آلات
4. بیمه تجهیزات الکترونیک
5. بیمه فساد کالا در سردخانه
6. بیمه عیوب اساسی و پنهان ساختمان
7. بیمه عدم النفع ناشی از شکست ماشین آلات

در ادامه به شکل مختصر، دو نوع بیمه‌های دوره احداث را با هم بررسی می‌کنیم.

### 1. بیمه نامه تمام خطر پیمانکاران (Contractor's All Risk) (CAR)

تمامی ریسک‌های موجود در پروژه‌های در حال ساخت ساختمان، پل‌ها، تونل‌ها، متروها، جاده‌ها و پروژه‌های آبیاری و زهکشی و... از ابتدای پروژه تا اتمام، توسط این بیمه نامه تحت پوشش قرار می‌گیرند. به طور کلی، این بیمه نامه برای پروژه‌های در حال احداث عمرانی و ساختمانی که ارزش مصالح در آنها از ارزش اقلام مورد نصب بیشتر می‌باشد صادر می‌گردد.

## 2. بیمه نامه تمام خطر نصب (EAR) (Erection All Risk)

تمامی ریسکهای موجود در پروژه های در حال ساخت، نصب و راه اندازی و تست نیروگاهها، واحدهای پتروشیمی، پخش و پالایش، واحدهای تولید مواد شیمیایی، ذوب آهن و تولید ماشین آلات و سیستم های مخابراتی و... از ابتدای پروژه تا اتمام، توسط این بیمه نامه تحت پوشش قرار می‌گیرند. به طور کلی این بیمه نامه برای پروژه های در حال احداث تأسیساتی و سازه ای که ارزش ارقام مورد نصب در آنها از ارزش مصالح بیشتر باشد صادر می‌گردد.

هر کدام از موارد فنی و بازاریابی بیمه نامه های فوق الذکر در مقالات بعدی که انشاءالله هر هفته یکشنبه‌ها در وبسایت بیمه‌مارکتینگ منتشر خواهد شد به طور مشروح، خدمت همکاران صنعت بیمه ارائه خواهد گردید. در این مقاله فقط به اختصار، بیمه های دوره احداث توضیح داده شد.

هفته آتی، به طور کامل در مورد بیمه نامه تمام خطر پیمانکاران (C.A.R) بحث خواهیم کرد. امید که مورد استفاده عزیزان قرار گیرد. تلاش خواهد شد به تمامی سؤالات و مشکلات ارائه شده از طریق کامنت های ذیل این مقاله، پاسخ به موقع داده شود.

«آنتونی رابینز» یکی از عوامل موفقیت خود را چنین بیان می‌کند:

**«همیشه تمرکز من روی کمک به آدمهاست؛ برای رسیدن به نتایج واقعی و با ثبات»**

باتشکر

حامد قدس - مدیر شعبه بیمه نوین (استان آذربایجان شرقی)

[لینک منبع مقاله](#)