



نشریه داخلی بیمه سرمد  
بهار و تابستان ۱۴۰۴

صاحب امتیاز: شرکت بیمه سرمد  
کاری از: روابط عمومی بیمه سرمد  
مدیرمسئول: دکتر سید محمد مهدی بهشتی نژاد  
سردبیر: کمال زارعی  
دبیر تحریریه: مرضیه اکبرپور  
مدیر هنری: علی عمرانی  
صفحه آرا: پویا دارابی  
همکاران: احسان آزادی، امید اسدی  
سید امیر معاون اسلامی

## فهرست مطالب



|    |                         |
|----|-------------------------|
| ۲  | سرمقاله                 |
| ۳  | بخش ویژه                |
| ۹  | برنامه ریزی و توسعه     |
| ۲۱ | گفت و گوی ویژه          |
| ۲۵ | تحول دیجیتال            |
| ۳۳ | شبکه فروش و توسعه بازار |
| ۳۹ | نبض سرمد                |

امور مشتریان: ۱۵۱۶

[www.sarmadins.ir](http://www.sarmadins.ir)

تهران، میدان آرژانتین، خیابان وزرا،  
خیابان هفتم (بهمن کشاورز)، پلاک ۳

کد پستی: ۱۵۱۳۷-۳۷۱۱۱



## جهش سازمانی

خوانندگان گرامی،

شماره دوم «بانگ سرمرد» ویژه بهار و تابستان ۱۴۰۴ با تمرکز بر سه محور راهبردی سودآوری پایدار، تحول عملیاتی، و نوآوری دیجیتال پیش روی شما قرار دارد. هدف این شماره ارائه تصویری منسجم و مستند از فرایندهای تصمیم‌سازی و اجرای برنامه‌ها در بیمه سرمرد است؛ از تحلیل ترازنامه و عملکرد مالی تا روایت تلاش‌های روزمره نمایندگان و امیدبخش‌ترین گام‌های فناوریانه که بنیان رشد آتی ما را تشکیل می‌دهند.

یادداشت مدیرعامل «وقتی در میدان هستیم؛ تأملی بر عملکرد شش‌ماهه اول ۱۴۰۴» با روایت میدانی نشان می‌دهد سامانه‌ها تنها زمانی معنا می‌یابند که انسان‌ها کرامت مشتریان را پاس دارند و تحول ساختاری — از طرح طبقه‌بندی مشاغل و داشبوردها تا برنامه‌هایی مانند «سرمرد من» و سامانه‌های کشف تقلب — شفافیت و توان عملیاتی را تقویت کرده است. گفت‌وگو با قائم‌مقام مدیرعامل تحت عنوان «از بازگشت به سودآوری تا تحول دیجیتال؛ اولویت‌های راهبردی سرمرد» به برنامه‌های آتی شرکت می‌پردازد و راهبردهای اجرایی برای تحکیم موقعیت سرمرد را به‌صورت ملموس و زمان‌بندی‌شده بیان می‌سازد.

هم‌اندیشی معاون و مدیران برنامه‌ریزی و توسعه در پرونده «الزامات بینشی، دانشی و ابزاری توسعه» منعکس‌کننده دغدغه‌ها و برنامه‌های عملیاتی است که از سطح استراتژی تا میدان اجرا دنبال می‌شوند. در پرونده تحلیلی

«سرمرد در گذار» جایگاه شرکت در چشم‌انداز صنعت بررسی شده و خواننده با ترازنامه قدرتمند و نشانه‌های رو به جلو آشنا می‌شود. همچنین گزارش مدیریت برنامه‌ریزی در «از تصمیم تا اقدام؛ روایت برنامه‌های عملیاتی سال ۱۴۰۴» روند تبدیل تصمیمات به اقدامات عملیاتی را مستند می‌سازد و گفت‌وگوی ویژه با مدیر مالی در «گذر از بحران: چگونه سرمرد به سودآوری رسید؟» رمزها و تجربه‌های عبور از شرایط چالش‌زا را بازگو می‌کند.

تحول فرهنگ تصمیم‌سازی و نقش ابزارهای داده‌محور در مسیر موفقیت سرمرد در یادداشت «تحول فرهنگ تصمیم‌سازی؛ نقش داشبوردهای هوشمند BI» بررسی شده است، موضوعی که ضامن شفافیت، سرعت و دقت در مدیریت خواهد بود. در بخش تحول دیجیتال، معرفی وب‌اپلیکیشن جامع «سرمرد من» نشان‌دهنده یک گام بلند در جهت ارائه خدمات الکترونیک و تسهیل تعامل با مشتریان و نمایندگان است.

شبکه نمایندگی شرکت در پرونده «نمایندگان؛ شریان رشد سرمرد» با گفت‌وگو با معاون بازاریابی و فروش واکاوی شده و پوشش نشست هم‌اندیشی مدیرعامل و اعضای هیئت‌مدیره با معاونان و مدیران ستادی در قالب عنوان «زمان جهش: حرکت به سوی تعالی با تکیه بر نوآوری و فناوری» نیز بازتاب‌دهنده مناظره‌ها، رهنمودها و برنامه‌های هم‌افزا برای حرکت سازمانی است.

فراتر از مسائل راهبردی و عملیاتی، این شماره به جنبه‌های انسانی و فرهنگی سازمان نیز توجه دارد؛ «جشن همدلی و نشاط: روایتی از فستیوال ورزشی سرآمدان» گزارشی است از همدلی، نشاط و پیوندهای همکارانه که نشان می‌دهد پویایی سازمانی تنها محدود به شاخص‌های مالی نیست. در پایان، بخش «نیم‌نگاهی به نیم‌سال اول» مجموعه‌ای از اخبار و دستاوردهای شش‌ماه نخست سال را در اختیار خوانندگان قرار می‌دهد تا چشم‌اندازی کامل از حرکت سازمانی به دست آید.

امید دارم مطالب این شماره نه تنها آینه‌ای از آنچه تاکنون رخ داده، بلکه نقشه راهی روشن برای اقدام‌های بعدی باشد. از همه همکاران، مدیران، نمایندگان و اعضای تیم که با ارائه داده‌ها، تحلیل‌ها و روایت‌های میدانی به غنای این شماره یاری رساندند صمیمانه تشکر می‌کنم. از خوانندگان نیز دعوت می‌کنم بازخوردهای خود را در اختیار مدیریت روابط عمومی قرار دهند تا «بانگ سرمرد» همواره بازتاب‌دهنده نیازها و حرکت جمعی سازمان باشد.

و من الله التوفیق

بانگ سرمرد، بهار و تابستان ۱۴۰۴



کمال زارعی

مدیر روابط عمومی

# بخش ویژه

## نشریه



- یادداشت مدیرعامل  
وقتی در میدان هستیم؛  
تأملی بر عملکرد شش ماهه اول ۱۴۰۴
- گفت‌وگو با قائم مقام مدیرعامل  
از بازگشت به سودآوری تا تحول دیجیتال؛  
اولویت‌های راهبردی سرمد

بخش ویژه با دو نگاه مکمل تقدیم شما می‌شود: یادداشت مدیرعامل «وقتی در میدان هستیم» تأملی صریح و عملی از شش ماهه اول ۱۴۰۴ است که نشان می‌دهد تصمیم‌ها چگونه در میدان عمل آزموده شدند و چرا بازگشت به سودآوری و حفظ بقا اولویت دارد. در گفت‌وگو با قائم مقام مدیرعامل، اما بحث به سطح راهبردی ارتقا می‌یابد - از تملیک و تخصیص منابع تا نقش تحول دیجیتال در تقویت مزیت رقابتی - و روشن می‌شود که هم‌راستاسازی مالی، سرمایه‌گذاری و فناوری کلید پیش‌روی سرمد است.

## وقتی در میدان هستیم

تأملی بر عملکرد شش ماهه اول ۱۴۰۴

همکاران به قلب مشتری بود. و آنچه من با خود مرور می کردم این بود که وجود پروتکل ها، قوانین، ساختمان ها، سامانه ها و معیارها به تنهایی کافی نیست؛ آنچه به این ها معنا می دهد انسان هایی هستند که این سازوکارها را به کار می گیرند.

من این یادداشت را برای ثبت همین تجربه های ملموس و تأمل درباره مسیری که آغاز کردیم نوشته ام. در شش ماهه گذشته تلاشمان را معطوف کردیم بر سه رویکرد به هم پیوسته: شفافیت در تصمیم گیری، تقویت توان عملیاتی و حفظ کرامت کسانی که به ما اعتماد می کنند.

چند ماه پیش، وقتی برای بازدید از یکی از شعب رفته بودم، یکی از همکاران جوان شعبه را دیدم که با آرامش ولی مهارت بالا، پرونده یکی از بیمه گزاران را بررسی می کرد. از ظاهر آن بیمه گزار، که مرد میانسالی بود، برمی آمد که او نیز علی رغم آنکه خسارت دیده و نگرانی هایی دارد، گویا دل نگرانی هایش را به همکاران سپرده و امیدوار، به دستان بامهارت همکاران نگاه می کند؛ مهارتی که ثمره آن نه فقط راه اندازی کار مشتری، بلکه اعتماد و امید در دل مشتری است. ظاهراً آن صحنه تکراری و جزء امور روزمره همکاران بود اما آنچه در ورای این صحنه تکراری دیده می شد سرایت اعتماد و امید از قلب





کردم این تماس مستقیم است که راه‌حل‌های واقعی را خلق می‌کند نه فقط گزارش‌هایی که پشت میز تهیه می‌شوند.

در برخورد با حادثه حمله دشمن کودک‌کش صهیونیستی، اولویت من روشن بود: سرعت در رسیدگی به پرونده‌های خسارت‌دیدگان و حفظ کرامت زیان‌دیدگان. با پیگیری‌هایی که انجام شد، بازدیدهای سریع و تشکیل پرونده‌ها را در صدر امورات قرار دادند.

از منظر مالی، خروج از زیان انباشته و رسیدن به سودآوری به‌عنوان گواهی بر تلاش‌های جمعی قابل‌پذیرش است، اما برای من هدف اصلی ثبات و تاب‌آوری شرکت و همکارانم است؛ اینکه بتوانیم در روزهای دشوار هم پاسخ‌گو باشیم و به مردم خدمت کنیم. امتیازات نسبت به صنعت در نسبت خسارت، نسبت بدهی به دارایی و حاشیه سود نشان می‌دهد ساختارهایمان در مسیر اصلاح قرار گرفته‌اند؛ اما راه طولانی‌تری پیش رو داریم.

حال، برای نیم‌سال دوم، سه انتظار روشن دارم: تداوم نظارت و کنترل خسارت با تمرکز بر سلامت فرایندها، تقویت فرهنگ استفاده مؤثر از ابزارهای تحول دیجیتال، حفظ ارتباط با تمرکز بر کرامت انسانی و ملموس میان همکاران و مشتریان — همان سرمایه‌ای که وقتی لازم است، به کمک ما می‌آید و کار دشوار را آسان‌تر می‌کند.

پایان این یادداشت دعوتی است از شما همکار، نماینده و همراهان ما: بیایید در این مسیر دشوار اما پر از امید و مملو از عاقبت‌به‌خیری به‌واسطه خدمت به خلق خدا، کوچک‌ترین موفقیت‌ها را ببینیم و از آن‌ها بیاموزیم و شکرگزار موفقیت‌ها باشیم. چرا که شکر نعمت، نعمت افزون کند و این شکر، پلی برای دستیابی به موفقیت‌های بزرگ‌تر می‌شود. آنچه برای من اهمیت دارد این است که هر تصمیم و اقدام ما در نهایت آسایش یک خانواده، آرامش یک مدیر و اعتماد یک نماینده را بهبود بخشد. این، معنی واقعی کار ماست؛ این فلسفه واقعی وجود ماست.

سید محمد مهدی بهشتی‌نژاد  
شهریور ماه ۱۴۰۴



پیاده‌سازی طرح طبقه‌بندی مشاغل و داشبورد مدیریتی برای من بیش از یک الزام ساختاری بود؛ این ابزارها به همکارانم اجازه می‌دهند هم در تصمیمات و هم در پرداخت‌ها، شفاف‌تر عمل کنند و مسئولیت‌ها روشن‌تر شود. وقتی می‌بینم با همین ابزارها مدیر شعبه می‌تواند در لحظه تصمیم بگیرد، یا واحد فروش روندش را با داده‌ها تنظیم کند، می‌دانم که قدم درست را برداشته‌ایم. همچنین معرفی «سرمد من» کمک می‌کند تا پاسخ ما به مشتری سریع‌تر و شفاف‌تر شود — همان چیزی که آن مرد در شعبه انتظارش را داشت.

مسئله کنترل خسارت و مدیریت ریسک هم همواره مد نظر ما بوده؛ کنترل نسبت خسارت، به‌ویژه در رشته‌های درمان و ثالث، نشانگر کار تیمی دقیق است، زنجیره ارزشی از همکاران شعب تا تیم‌های ارزیابی و مدیریت ریسک. وقتی رتبه‌ای در میان هم‌صنفی‌ها به دست می‌آید، برای من نه جشن عدد که نشانه این است که راه کاهش ضرر واقعی برای مردم را از طریق کار تیمی منسجم یافته‌ایم.

برگزاری «فستیوال سرآمدان» و دیدن همکارانی که در کنار هم بودند اما این بار نه برای جلسه رسمی، بلکه برای ورزش و گفت‌وگو و رقابت سالم، به من نشان داد سرمایه اجتماعی درون‌سازمانی‌مان زنده است. و وقتی مدیران ارشد با نمایندگان نشستند تا چالش‌ها را بشنوند، با خودم فکر



## از بازگشت به سودآوری تا تحول دیجیتال

### اولویت‌های راهبردی سرم

❖ در یک جمله، چشم‌انداز شما برای شرکت در ۲-۳ سال آینده چیست و مهم‌ترین اولویت مدیریتی این دوره را چه می‌دانید؟

چشم‌انداز ما در دو تا سه سال آینده ایجاد ساختاری پایدار و قابل اتکا است که از یک‌سو با تملیک و افزایش دارایی‌های ملکی و کاهش وابستگی به فضاها، استیجاری، ثبات هزینه‌ای و عملیاتی شرکت را افزایش دهد و از سوی دیگر با تمرکز بر رشد کیفی و کمی پرتفو، سهم بازار و ظرفیت درآمدی سرم را به‌طور محسوس ارتقا دهد. اولویت اصلی مدیریتی در این دوره، تلفیق مدیریت دارایی و توسعه پرتفو به‌صورتی است که هم بهره‌وری سرمایه تقویت شود و هم ضرایب خسارت در پرتفوهای کلان با تفکیک و خردسازی مخاطرات کاهش یابد، به‌طوری که رشد پرتفو هم‌راستا با حفظ کیفیت و توانگری مالی شرکت دنبال گردد.

❖ نیم‌سال اول امسال چه دستاوردهایی به‌طور ویژه شما را رضایتمند کرد؟

بزرگ‌ترین رضایتمندی ما در نیم‌سال اول امسال، تحقق نسبی بودجه‌های پیش‌بینی‌شده و بازگشت به سودآوری پس از سال‌ها بوده است. پوشش زیان انباشته و عبور از زیان ۴۸۰ میلیارد تومانی به سود ۳۱۸ میلیارد تومانی نشان‌دهنده کار جمعی، انضباط مالی و بهبود فرایندهای عملیاتی است. این موفقیت نتیجه اقدام‌های هم‌زمان در مدیریت ریسک، بهینه‌سازی هزینه‌ها، افزایش کارایی وصول حق‌بیمه و نظارت دقیق‌تر بر پرداخت خسارت‌ها بوده است.

❖ از منظر مالی/عملکردی، کدام شاخص‌ها بیشترین تغییر را داشته‌اند و علت آن چه بوده است؟

مهم‌ترین شاخص‌هایی که در دوره اخیر تقویت یافته‌اند عبارت‌اند از: نسبت‌های نقدینگی و توانگری، سرعت و به‌موقع بودن پرداخت خسارت، و ثبات در پرداخت حقوق و مزایا. این تحولات به‌دلیل تمرکز بر تقویت بنیه مالی (افزایش ذخایر و مدیریت بهتر منابع)، بهبود فرایندهای تسویه و پرداخت خسارت و اولویت‌بخشی به مطالبات مشتریان رقم خورده است؛ نتیجه‌ای که اعتماد مخاطبان و توان عملیاتی شرکت را ارتقا داده است.

❖ در نیم‌سال گذشته با چه چالش‌های اساسی مواجه شدید و چگونه تیم مدیریت با آن‌ها برخورد کرد؟

نیم‌سال گذشته با چالشی حاد در قالب حمله دوازده‌روزه به ایران مواجه شدیم که منجر به حجم قابل‌توجهی از خسارت‌های درمانی، اتومبیل و پوشش‌های مربوط به شرایط بحرانی مخصوصاً برای بیمه‌گذاران عمده شد. تیم مدیریت به‌سرعت واحد ویژه‌ای برای مدیریت بحران فعال کرد، با اولویت‌بندی پاسخگویی به بیمه‌گذاران عمده و دیگر بیمه‌گذاران، هماهنگی با شبکه پرداخت و اقدامات لازم جهت تسهیل فرایند تسویه را انجام داد. همچنین با بازنگری در پیش‌بینی‌های ذخیره‌گیری و تعامل نزدیک‌تر با شرکای بیمه‌گر و بازنگری محاسبات ریسک، اثرات نامطلوب در تراز شرکت را کاهش دادیم.

❖ مهم‌ترین ریسک‌های پیش روی شرکت در ماه‌های آتی را چه می‌دانید و برنامه مقابله با آن‌ها چیست؟

رشد نرخ‌های تورم و تشدید ریسک‌های سیاسی از جمله مهم‌ترین تهدیدهایی است که می‌تواند هزینه‌های بیمه‌گری و سطح خسارت را تحت تأثیر قرار دهد. برنامه مقابله‌ای ما مبتنی بر احتیاط در پذیرش پرتفوهای پُرریسک،





تأکید دارم که تمرکز بر فروش با کیفیت — نه صرفاً کمیت — و پایبندی به استانداردهای حرفه‌ای در تمام واحدها، بهترین راه برای تضمین ثبات و رشد پایدار شرکت است.

#### چه انتظاری از مدیران میانی و تیم‌های عملیاتی دارید؟

انتظار دارم مدیران میانی با همان سخت‌کوشی کنونی، این وضعیت پیچیده اقتصادی را به فرصتی برای افزایش کارایی تبدیل کنند؛ وظیفه آنها شامل تعریف و پیگیری هدف‌های واضح برای تیم‌ها، بازنگری مستمر عملکرد نسبت به KPIها، و تقویت فرهنگ پاسخ‌گویی و نوآوری در عملیات روزمره است. نقش مدیران میانی در هماهنگ‌سازی اجرا و انتقال اهداف راهبردی به سطح عملیاتی بحرانی و تعیین‌کننده خواهد بود.

#### اگر بخواهید یک تغییر عاجل را در سه ماه آینده اعمال کنید تا نگرانی‌های کارکنان و سهامداران کاهش یابد، چه خواهد بود؟

اولویت نخست در کوتاه‌مدت، افزایش فضای فیزیکی و محیط کاری کارکنان است تا بهره‌وری و رضایت داخلی افزایش یابد. این اقدام شامل بازنگری در تخصیص فضاهای اداری، بهبود امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، طراحی فضاهای مشترک برای افزایش تعامل میان واحدها و فراهم‌سازی شرایط محیطی مناسب برای انجام کارهای متمرکز و تیمی است. اجرای این برنامه به کاهش دغدغه‌های کارکنان و افزایش کارایی عملیاتی کمک خواهد کرد و پیام روشنی به سهامداران درباره توجه ما به سرمایه انسانی ارسال می‌کند.

اعمال قیمت‌گذاری مبتنی بر ریسک و تقویت سازوکارهای بازنگری نرخ و شرایط پوشش‌هاست. افزون بر این، استفاده از ابزارهای پوشش ریسک (از جمله اتکایی مناسب)، به‌کارگیری تحلیل داده برای شناسایی روندهای صعودی خسارت و تمرکز بر جذب پرتفوی‌های با کیفیت، از جمله مؤلفه‌های استراتژیک ما در این زمینه است.

#### مهم‌ترین اهداف برای نیم‌سال دوم چیست و شاخص‌های موفقیت چگونه تعریف شده‌اند؟

در نیم‌سال دوم، تمرکز ما بر سه مؤلفه کلیدی خواهد بود: ارتقای سطح توانگری شرکت، تکمیل برنامه‌های تملیکی برای کاهش هزینه‌های اجاره و تقویت مالکیت شعب، و توسعه حضور در بازارهای جدید از طریق به‌کارگیری پلتفرم‌های نرم‌افزاری و راهکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی. شاخص‌های موفقیت شامل رسیدن به سطح هدف‌گذاری شده توانگری، نرخ رشد حق‌بیمه قابل قبول (با تأکید بر کیفیت پرتفو)، کاهش نسبت خسارت در پرتفوهای هدف و شاخص‌های پذیرش و استفاده از سامانه‌های دیجیتال توسط مشتریان و نمایندگان خواهد بود.

#### به‌عنوان قائم‌مقام مدیرعامل چه پیام یا توصیه‌ای برای همکاران دارید تا بیشترین همراهی و انگیزه را داشته باشند؟

پیام من به همه همکاران این است که هر یک خود را سهیم در تحقق اهداف فروش و رشد شرکت بدانند؛ مشارکت همگانی و حس مسئولیت‌پذیری در همه سطوح سازمانی کلید دستیابی به بودجه و فراتر رفتن از آن است.





زندگی فاصله آمدن و رفتن ماست

# برنامه‌ریزی و توسعه



## نشریه



- هم‌اندیشی معاون و مدیران برنامه‌ریزی و توسعه الزامات بینشی، دانشی و ابزاری توسعه
- نمای کلی صنعت و جایگاه سرمد در صنعت در سالی که گذشت سرمد در گذار:  
ترازنامه قدرتمند، چشم‌اندازِ روبه‌جلو
- گزارش مدیریت برنامه‌ریزی از تصمیم تا اقدام؛  
روایت برنامه‌های عملیاتی سال ۱۴۰۴

این فصل برنامه‌ریزی و توسعه را به‌عنوان یک روایت یکپارچه عرضه می‌کند: هم‌اندیشی معاون و مدیران برای تعیین اولویت‌ها، نهادینه‌سازی سه الزام بینشی، دانشی و ابزاری برای اجرای هوشمندانه برنامه‌ها، و تحلیل موقعیت سرمد در صنعت که با ترازنامه‌ای قدرتمند و چشم‌اندازی روبه‌جلو همراه است. و در پایان، گزارش مدیریت برنامه‌ریزی نشان می‌دهد چگونه مصوبات به برنامه‌های عملیاتی تبدیل شده و با شاخص‌های KPI و پایش فصلی، تمرکز بر برنامه‌های اثربخش و حذف اقدامات بی‌اثر تضمین می‌شود.



## الزامات بینشی، دانشی و ابزاری توسعه

روزآمد و کارآمد برای بهره‌برداری مناسب از دانش و بینش ایجادشده. تلاش بر این است تا این سه حوزه در کلان حرکت معاونت برنامه‌ریزی و توسعه و همچنین کل شرکت نهادینه شوند.

در هر سه حوزه بیان‌شده، به‌عنوان اولین ریسک، می‌توان افراط و تفریطها در تعریف و کاربرد هر سه حوزه را مدنظر قرار داد.

در حوزه بینش، بلندپروازی‌های خارج از طاقت و توان شرکت و خارج از توان صنعت می‌تواند شرکت را زمین بزند. از طرفی کوتاه‌بینی‌ها و صرفاً نگاه به افق کوتاه‌مدت می‌تواند شرکت را از حرکت به سمت توانمندسازی بال پروازهایی که برای افق پیش‌رو به آن نیاز دارد باز دارد.

در حوزه دانش، نگاه افراطی اینگونه است که آموزش‌های متعدد بدون نگاه به کاربرد آن و بدون آسیب‌شناسی وضع دانشی موجود شرکت و یافتن گلوگاه‌ها می‌تواند منابع شرکت را و از جمله وقت شرکت را هدر دهد.

معاونت برنامه‌ریزی و توسعه نقش اصلی خود را در نقشه کلان توسعه شرکت، در گام نخست به‌عنوان پشتیبان سایر معاونت‌ها تعریف نموده است. همچنین با توجه به گستردگی دایره مأموریت معاونت برنامه‌ریزی و توسعه، یکپارچه‌سازی ارائه خدمات در حوزه منابع انسانی، فناوری اطلاعات، توسعه کسب‌وکار، و برنامه و بودجه یکی از الزامات اولیه ریل‌گذاری برای توسعه شرکت است که در دستور کار این معاونت قرار گرفته است.

با توجه به اینکه جایگاه معاونت برنامه‌ریزی و توسعه اساساً جدید است، در سه حوزه بینش، دانش و ابزار برای اصلاح و بهبود حرکت شرکت به سمت پیشرفت، ورود نموده است.

بینش به‌معنای درست نگاه نمودن و تنظیم افق دید متناسب برای ترسیم نقشه پیشرفت شرکت؛ دانش به‌معنای استفاده از علوم روز و ارائه آموزش‌های مناسب به همکاران شرکت؛ و ابزار به‌معنای استفاده از ابزار



یعنی در ظاهر اقداماتی در حال انجام است یا اسناد و آیین‌نامه‌هایی در حال تولید است یا ابزارهایی در حال به‌روزرسانی است یا خریدهایی انجام شده و یا نیرویی جذب شده، اما درنهایت با توجه به آنکه ما شرکت سهامی هستیم ردای این برنامه‌ها را نمی‌توان در صورت مالی در قالب سود عملیاتی یا غیرعملیاتی مشاهده نمود که این موارد را می‌توان از مصادیق بیهوده‌کاری نامید.

با این نگاه رویکرد معاونت برنامه‌ریزی و توسعه، تمرکز بر برنامه‌های دارای اثر هست ولو آنکه تعداد برنامه‌ها کم و یا زمان برنامه‌ها محدود باشد. از مصادیق بارز اثر هم می‌توان اثرگذاری مثبت بر صورت مالی را نام برد. همین نگاه (تلاش برای اثرگذاری کوتاه‌مدت یا میان‌مدت بر صورت مالی و جلوگیری از بیهوده‌کاری) در جای‌جای برنامه‌های مدیریت‌های همکار این معاونت نیز قابل‌مشاهده است. به‌عنوان مثال در برنامه آموزشی تدوین‌شده تلاش شده تا با یافتن گلوگاه‌های عملکردی شرکت و توانمندسازی افراد حاضر در آن گلوگاه، اثرات مثبت عملکردی در فعالیت شرکت دیده شود. درست است که ظاهراً در برنامه توسعه می‌بایست تغییر وجود داشته باشد، اما همین تغییر نیز می‌تواند دچار افراط و تفریط شود. باید توجه داشت که در برنامه توسعه مناسب، همان‌قدر که تغییر نیاز است، تثبیت نیز نیاز است.

وقتی افراد درخصوص توسعه صحبت می‌کنند، استفاده از کلمات و عبارات جدید که در ادبیات توسعه پرتکرار نیز می‌باشد، می‌تواند ایجاد فریب و خطای محاسبه کند. ما باید توجه داشته باشیم که می‌بایست الگوی توسعه متناسب با شرایط داخلی و خارجی شرکت خود را پیدا کنیم.

ما نباید در الگوی توسعه دچار تقلید شویم بلکه باید از تجربیات دیگران استفاده نموده و الگوی مناسب شرکت خود را پیدا کنیم.

**ما نباید در الگوی توسعه دچار تقلید شویم بلکه باید از تجربیات دیگران استفاده نموده و الگوی مناسب شرکت خود را پیدا کنیم.**

کلمات پرتکرار در ادبیات توسعه می‌توانند ما را دچار دام‌هایی کنند. از جمله دام حرکت به سمت مسیر غیرمتناسب با شرایط شرکت، دام رفتن به سمت مسیرهای پرهزینه‌ای است بدون آنکه دانش و بینش مناسب آن وارد شرکت شده باشد، دام تصمیم‌گیری بدون داده.

در ادامه تبیین موضوع دام‌های توسعه، می‌توان مثالی ذکر کرد. دیجیتالی کردن، دیجیتال‌محور شدن، تحول دیجیتال و توسعه دیجیتال در ادبیات توسعه‌ای بسیاری از صنایع از جمله صنعت بیمه زیاد استفاده می‌شود. اما شاید هیچ‌کس نفی را نتوان پیدا کرد که بتواند تعریف واحد و دقیقی از دیجیتالی کردن و توسعه و تحول دیجیتال در صنعت بیمه ارائه دهد. ما شرکت خدمات‌محور هستیم و باید تحول دیجیتال را متناسب با شرکت خود تعریف کنیم. یکی از چیزهایی که به نظر می‌رسد در صنعت بیمه به‌نادارستی جافتاده است این است که اسم یک رویکرد ابزاری (تحول دیجیتال) را بر یک واحد سازمانی می‌گذارد و عمده کارهای مرتبط با فناوری را به آن واحد می‌سپارد و آن واحد چیزی نیست جز واحد تحول دیجیتال.



**محمد مهدی کشاورزبان**  
معاون برنامه‌ریزی و توسعه

از طرفی دور شدن از دانش روز و دچار روزمرگی شدن و استفاده از دانش‌های پیشین می‌تواند حرکت شرکت را کند و احیاناً متوقف کند.

در حوزه ابزار نیز افراط آن است که دچار ابزارزدگی شده و هر تکنولوژی روز را فارغ از آنکه مناسب ارائه خدمات شرکت است یا خیر استفاده کنیم که این می‌تواند شرکت را دچار سردرگمی کند و البته منابع شرکت را هدر دهد. از طرفی دور شدن از ابزارهای نوین و استفاده صرف از ابزارهای سنتی نیز می‌تواند حرکت شرکت را در رقابت پیچیده بازار و صنعت بیمه متوقف کند.

پیدا کردن مهم‌ترین هدف توسعه در بازاری رقابتی و پیچیده، کاری دشوار است. اما از جمله مهم‌ترین اهداف توسعه می‌توان پیدا کردن و یا در صورت عدم وجود،

ساختن مزیت رقابتی پایدار برای شرکت در بازار رقابتی صنعت بیمه و به‌روزرسانی آن را نام برد. همچنین یکی دیگر از اهداف توسعه‌ای گنجانده‌شده در برنامه توسعه شرکت داده‌محور نمودن برنامه‌های توسعه، و در کلان شرکت، داده‌محور نمودن فرایند تصمیم‌گیری در شرکت است.

بدیهی است ظرفیت‌های شرکت اعم از نیروی انسانی، منابع ریالی، تمرکز مدیریت ارشد و زمان محدود است و اگر شرکت بخواهد این منابع محدود را در انبوهی از جبهه‌های رقابتی به‌کار بگیرد عملاً دچار بیهوده‌کاری‌های افراطی می‌شود. لذا یافتن و یا ساختن مزیت رقابتی برای شرکت و تمرکز بر آن مزیت رقابتی، حتماً یک اولویت برای برنامه توسعه‌ای پایدار شرکت است. اشاره‌ای به بیهوده‌کاری شد که بد نیست به آن بیشتر بپردازیم. محتمل است که در برنامه‌های عملیاتی شرکت که در سنوات گذشته نیز متعدد رخ داده است در ظاهر با تعدد برنامه‌ها با عناوین جذاب مواجه باشیم. اما با بررسی نتایج برنامه‌های عملیاتی می‌توان به‌وضوح، بیهوده‌کاری را به‌صورت متعدد در برنامه‌های شرکت و بخش‌های مختلف یافت نمود؛



با این وجود رعایت اصل جلوگیری از بیهوده‌کاری همواره در برنامه‌های عملیاتی مطرح است و تلاش می‌شود برنامه‌هایی که در نهایت طی سال جاری یا سال آینده نمی‌توانند اثری در صورت مالی داشته باشند از دستور کار خارج شوند. البته علاوه بر معیارهای اثرگذاری مالی، قابلیت اجرا در شرایط موجود و میزان همراهی سازمان نیز تأثیرگذار خواهد بود. در راستای اطمینان از تحقق اهداف برنامه‌های تدوین‌شده، نظام مشخصی برای پایش مستمر، ارزیابی عملکرد و بازنگری دوره‌ای شاخص‌ها و برنامه‌ها در شرکت طراحی شده و به‌صورت عملیاتی در حال اجراست؛ به‌گونه‌ای که شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) به‌طور منظم و دوره‌ای رصد شده و تصمیم‌گیری‌های اصلاحی براساس نتایج ارزیابی‌ها انجام می‌شود.

در یک نگاه کلان، معاونت برنامه‌ریزی و توسعه با تمرکز بر نهادینه‌سازی سه ضلع بینش، دانش و ابزار مسیر روشنی را برای توسعه متوازن سرمد ترسیم کرده است؛ مسیری که همزمان از دام‌های افراط و تفریط پرهیز می‌کند و بر انتخاب و اجرای برنامه‌های اثربخش با اولویت‌دهی به منافع مالی و حفظ بقا تمرکز دارد. یکپارچه‌سازی مصوبات و ابتکارات، داده‌محوری در تصمیم‌گیری و تضمین امنیت اطلاعات به‌عنوان پیش‌شرط‌های راهبردی، ضامن آن خواهد بود که هر تغییر واقعی، پایدار و متناسب با ظرفیت‌های شرکت باشد. ما اکنون در مرحله‌ای از برنامه‌ریزی قرار داریم که معیارها و سازوکارهای سنجش (KPI) نصب و اجرا می‌شوند تا هر اقدام برآمده از این نقشه راه قابل رصد، ارزیابی و اصلاح باشد؛ بنابراین گام‌های بعدی روشن است: تمرکز بر ساختن مزیت رقابتی قابل‌اتکا، حذف یا بازنگری برنامه‌های بی‌اثر، و تعمیق توانمندی‌های داخلی تا توسعه سرمد به شکلی امن، شفاف و قابل‌اندازه‌گیری محقق شود.

**تحول دیجیتال  
بدون تغییر در  
فرایندها و مدل‌های  
تصمیم‌گیری به عنوان  
مقدمه ضروری تحول  
دیجیتال، امری  
ناشدنی باشد.**

حال آنکه به‌نظر می‌رسد پیدایش تحول دیجیتال بدون تغییر در فرایندها و مدل‌های تصمیم‌گیری به‌عنوان مقدمه ضروری تحول دیجیتال، امری ناشدنی باشد. به‌صورت عمومی، توسعه مقدماتی ضروری نیاز دارد که بدون آن‌ها، توسعه یا محقق نمی‌شود یا پایدار نخواهد بود. اما چون ظاهر مقدمات توسعه خیلی توسعه‌ای نیست اقبال کمی برای انجام و پیگیری آن‌ها وجود دارد.

یکی از اقدامات اولیه‌ای که در معاونت برنامه‌ریزی و توسعه انجام شد این بود که نام این واحد به همان واحد توسعه کسب‌وکار بازگردانده شد. باید این موضوع همواره مدنظر باشد که توسعه کسب‌وکار اولویت دارد و تحول دیجیتال به‌عنوان یک راه که شاید راه اولویت‌داری هم نباشد برای توسعه کسب‌وکار مطرح است.

یکی دیگر از اولویت‌های برنامه‌ریزی و توسعه، جلوگیری از مخاطرات کسب‌وکار است که از جمله آن‌ها مخاطره امنیت اطلاعات است. در شرایط پیچیده جنگی که در آن قرار داشتیم و هنوز نیز باید ملاحظات جنگی را تا حد زیادی رعایت کنیم، موضوع امنیت اطلاعات وابستگی کاملاً مستقیمی به اصل توسعه کسب‌وکار دارد. اساساً توسعه کسب‌وکار تا موقعی که بقای کسب‌وکار تضمین نشده باشد بی‌معناست. در همین راستا یکی از دغدغه‌های اصلی معاونت برنامه‌ریزی و توسعه، تأمین و تضمین امنیت اطلاعات شرکت است که رابطه کاملاً مستقیمی هم با توسعه کسب‌وکار و هم با رعایت اصل حریم خصوصی که اولین حق مشتری است دارد.

طبعاً در حوزه امنیت اطلاعات با توجه به ابلاغ متعدد ملاحظات امنیتی از جمله از سمت افتا ریاست جمهوری، رعایت ملاحظات این نهاد به‌عنوان اولویت امنیتی، امنیت اطلاعات شرکت مطرح است که اقدام‌های خوبی نیز برداشته شده است.

درخصوص برنامه‌های عملیاتی شرکت اقدام نوینی که امسال انجام شده آن است که مصوبات تمامی نهادهای تصمیم‌گیری شرکت شامل هیئت مدیره، هیئت عامل، کمیته‌های حاکمیت شرکتی، مصوبات مجمع و منویات مدیرعامل و هیئت محترم مدیره و نکات بیان‌شده در قالب ممیزی‌های ایزو و ممیزی‌های داخلی، همگی در قالب یک مجموعه گردآوری شده و برای هر یک از واحدها به تناسب مأموریت آن‌ها این مصوبات تخصیص داده شده است.

این موضوع باعث ایجاد یکپارچگی درخصوص پیاده‌سازی تصمیمات و همچنین وجود ضمانت اجرا برای تصمیمات گرفته شده در هریک از نهادهای تصمیم‌گیری شرکت است. طبعاً با توجه به‌روزرسانی تصمیمات در طی سال، برنامه‌های عملیاتی متناسب با آن‌ها به‌روزرسانی می‌شود.

این کار یک اقدام حداقلی است و در گام‌های بعدی می‌بایست ابتکارات واحدها نیز مدنظر قرار گرفته شوند و علاوه بر مصوبات، ابتکارات واحدها نیز به‌عنوان برنامه‌های عملیاتی مدنظر قرار گیرند.

## سرمرد در گذار

## ترازنامه قدرتمند، چشم‌انداز روبه‌جلو

بیمه اتکایی و شرکت‌های با حوزه فعالیت محدود (مناطق آزاد) صرف‌نظر شده است.

شرکت بیمه سرمرد در سال ۱۴۰۳ ترکیبی از عملکردهای مثبت و چالش‌های جدی را تجربه کرده است. از یک‌سو، نسبت خسارت مطلوب، حاشیه سود نسبتاً قابل قبول، و ساختار ترازنامه متعادل‌تر نسبت به رقبا، از نقاط قوت شرکت محسوب می‌شوند. از سوی دیگر، هزینه‌های عمومی و پرسنلی بالا، سهم بازار محدود و میزان سرمایه‌گذاری کمتر از میانگین مهم‌ترین نقاط ضعف هستند که سودآوری پایدار شرکت را محدود کرده‌اند.

تحلیل عملکرد مالی و عملیاتی شرکت‌های بیمه نه‌تنها برای درک جایگاه فعلی هر شرکت ضروری است، بلکه به‌عنوان نقشه راهی برای اصلاح و تصمیم‌گیری‌های استراتژیک عمل می‌کند. با استفاده از اطلاعات مالی منتشرشده در صورت‌های مالی و گزارش‌های مجامع شرکت‌های بیمه، شاخص‌های کلیدی عملکرد آن‌ها استخراج شده است.

موقعیت سرمرد در سال ۱۴۰۳ و رتبه نسبی (بین ۲۶ شرکت غیردولتی) و میانگین صنعت در برخی از مهم‌ترین شاخص‌های عملکردی به‌صورت جدول زیر بوده است. لازم به ذکر است که از شرکت بیمه ایران، شرکت‌های

| شاخص                                           | عملکرد سرمرد        | رتبه (بین ۲۶ شرکت) | میانگین شاخص در صنعت   |
|------------------------------------------------|---------------------|--------------------|------------------------|
| حق بیمه تولیدی                                 | ۵۲,۲۶۷ میلیارد ریال | رتبه ۱۷            | ۳,۳۵۴,۷۶۲ میلیارد ریال |
| رشد حق بیمه                                    | ۵۱,۶٪               | رتبه ۱۳            | ۶۱٪                    |
| سهم بازار                                      | ۱,۲٪                | رتبه ۱۷            | —                      |
| رشد خسارت پرداختی                              | ۲۵,۶٪               | رتبه ۲             | ۷۱٪                    |
| نسبت خسارت                                     | ۵۳,۳٪               | رتبه ۱۳            | ۵۷٪                    |
| حاشیه سود خالص                                 | ۱,۶٪                | رتبه ۱۰            | ۸٪                     |
| حاشیه سود عملیاتی                              | ۴,۰٪                | رتبه ۱۰            | ۷٪                     |
| نسبت بدهی به دارایی                            | ۸۰٪                 | رتبه ۸             | ۸۴٪                    |
| نسبت هزینه‌های عمومی و اداری به حق بیمه تولیدی | ۱۳,۴٪               | رتبه ۲۳            | ۷٪                     |
| نسبت هزینه‌های پرسنلی به حق بیمه               | ۷,۹٪                | رتبه ۲۲            | ۴٪                     |
| نسبت منابع سرمایه‌گذاری به دارایی              | ۲۱٪                 | رتبه ۱۴            | ۳۰,۸٪                  |
| بازده سرمایه‌گذاری                             | ۱۶,۸٪               | رتبه ۱۶            | ۱۷,۶٪                  |
| سرنانه حق بیمه                                 | ۹۸,۱ میلیارد ریال   | رتبه ۲۱            | ۱۷۲ میلیارد ریال       |
| سرنانه هزینه‌های عمومی و اداری                 | ۱۳,۱ میلیارد ریال   | رتبه ۱۹            | ۱۱ میلیارد ریال        |
| سودخالص                                        | ۳,۱۷۹ میلیارد ریال  | رتبه ۱۳            | —                      |
| سود عملیاتی                                    | ۲,۱۰۲ میلیارد ریال  | رتبه ۱۲            | —                      |



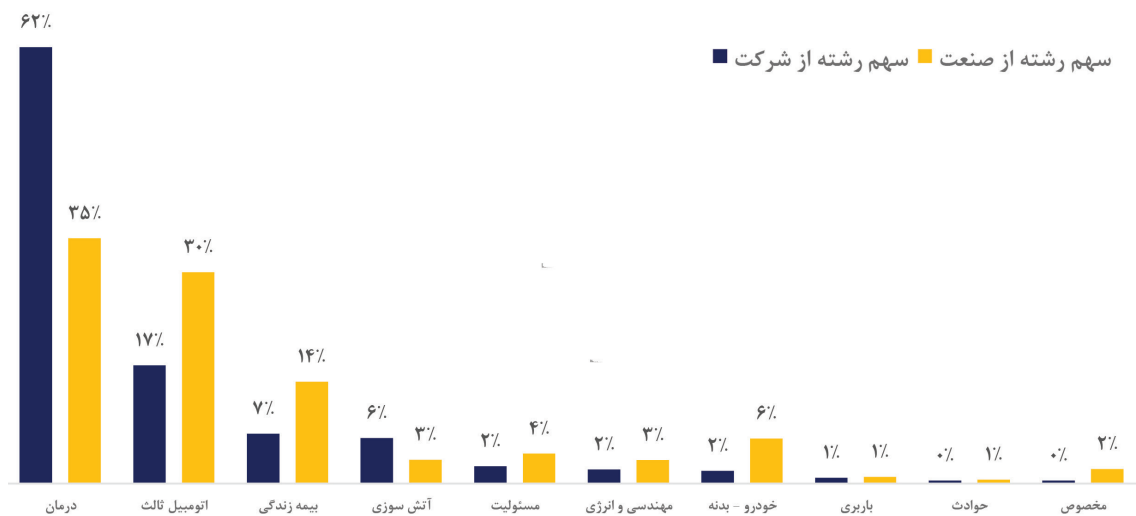
## عملکرد سرمد در ۶ ماهه اول ۱۴۰۴

سرمد در ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۴، با صدور حدود ۳۶۰ هزار بیمه‌نامه، بیش از ۴۶/۷ هزار میلیارد ریال حق بیمه تولید کرده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل، رشد ۴۹٪ داشته است و توانسته است ۸۴٪ از برنامه پیش‌بینی‌شده ۶ ماهه خود و ۵۲٪ از برنامه پیش‌بینی‌شده برای کل سال ۱۴۰۴ را محقق نماید. روند ماهانه حق بیمه تولیدی شرکت، بدون احتساب بیمه‌گذار بانک صادرات ایران به صورت شکل زیر بوده است:



شکل ۱. روند ماهانه حق بیمه تولیدی و تعداد بیمه‌نامه صادره در ۶ ماهه اول ۱۴۰۴

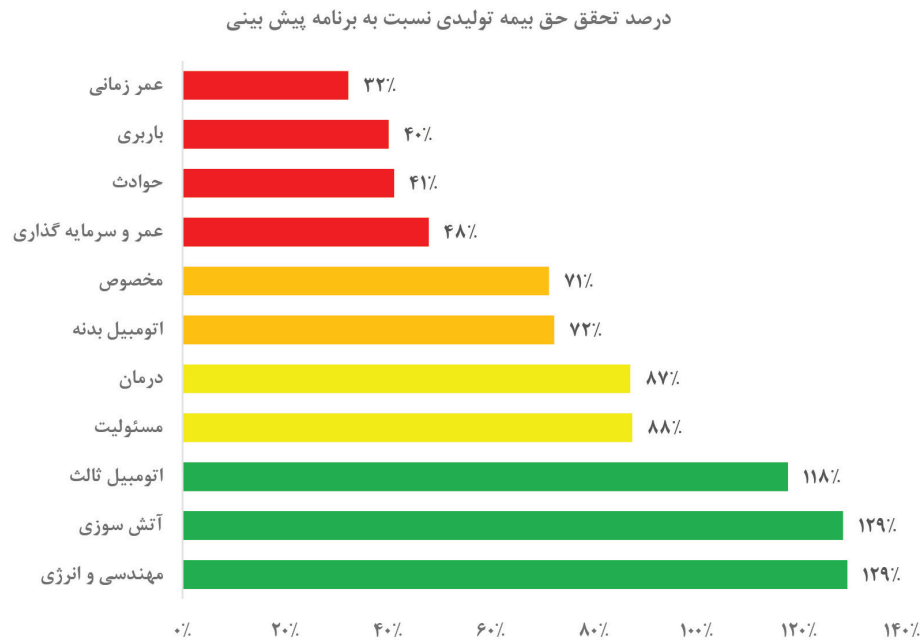
سهم هر یک از رشته‌های بیمه‌ای از حق بیمه تولیدی ۶ ماهه اول ۱۴۰۴ شرکت در مقایسه با عملکرد صنعت در سال ۱۴۰۳ به صورت شکل زیر بوده است.



شکل ۲. ترکیب پرتفوی شرکت در مقایسه با صنعت در ۶ ماهه اول ۱۴۰۴

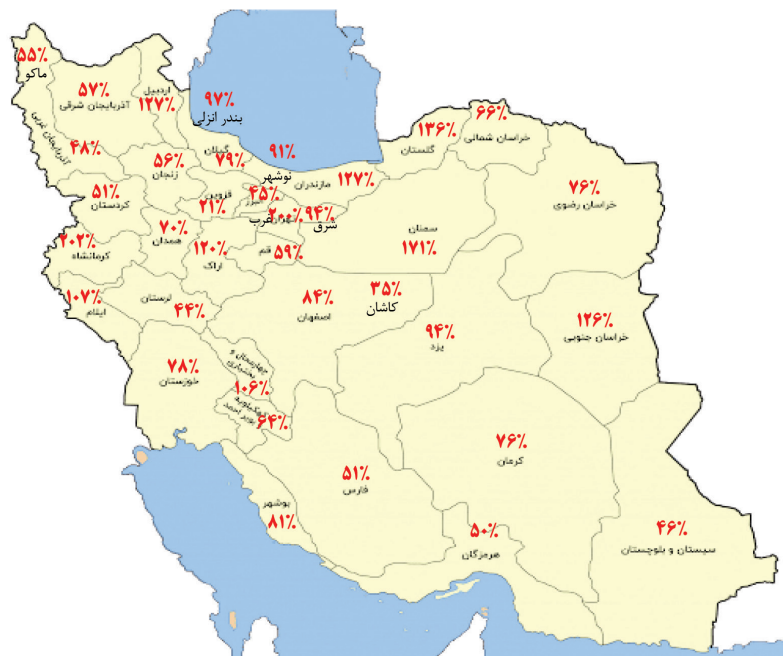
## برنامه ریزی و توسعه

از نظر میزان تحقق برنامه پیش‌بینی شده حق بیمه تولیدی، عملکرد رشته‌های بیمه‌ای به این صورت بوده است:



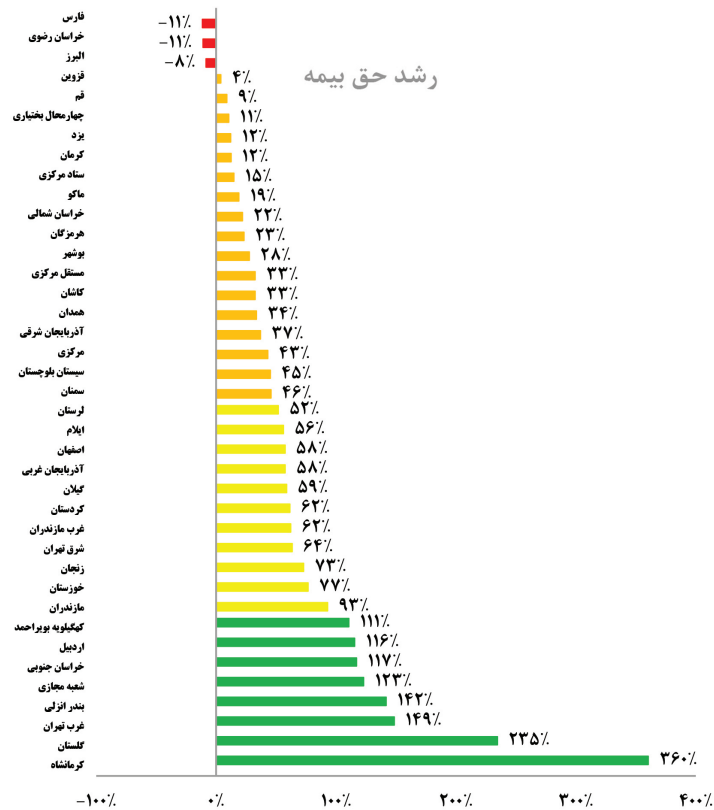
شکل ۳. میزان پیشرفت برنامه تولید حق بیمه در ۶ ماهه ۱۴۰۴

وضعیت شعب شرکت نیز از نظر تحقق برنامه تولید حق بیمه پیش‌بینی شده در ۶ ماهه اول ۱۴۰۴ (از حق بیمه تولیدی سهامداری صرف‌نظر شده است) در شکل زیر نمایش داده شده است:



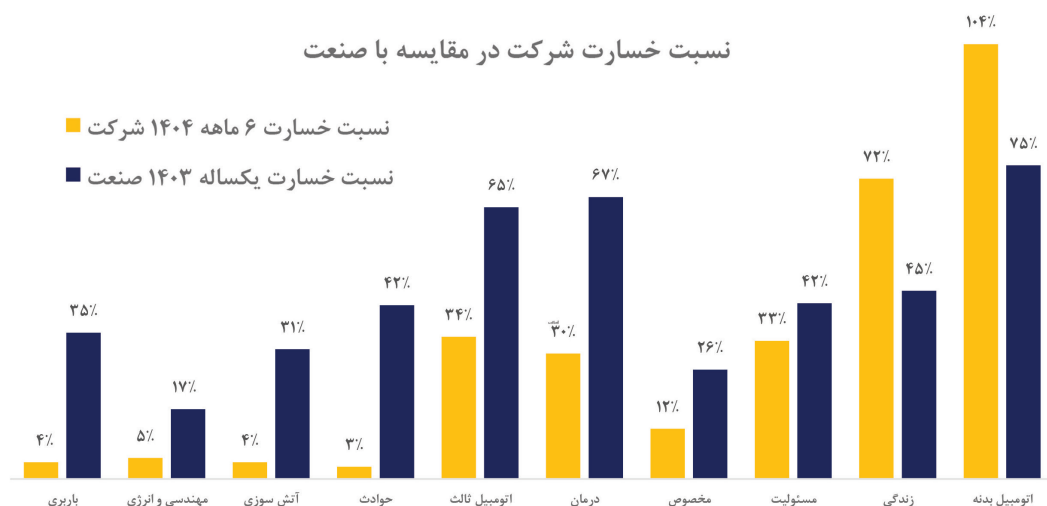
شکل ۴. درصد تحقق حق بیمه تولیدی غیرسهامداری شعب در ۶ ماهه ۱۴۰۴

عملکرد شعب شرکت در شاخص رشد حق بیمه تولیدی در ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۴ نیز به صورت شکل زیر است:



شکل ۵. عملکرد شعب از نظر رشد حق بیمه تولیدی در ۶ ماهه اول ۱۴۰۴

از منظر خسارت پرداختی، شرکت توانسته است سیاست مدیریت ریسک و کنترل خسارت خود را به خوبی پیاده سازی نماید. خسارت های پرداختی در ۶ ماهه اول ۱۴۰۴، ۴۰٪ رشد نسبت به مدت مشابه سال قبل داشته و نسبت خسارت به ۳۲٪ رسیده است. نسبت خسارت هر یک از رشته های بیمه ای در ۶ ماهه اول ۱۴۰۴ در مقایسه با نسبت خسارات یک ساله ۱۴۰۳ صنعت به صورت شکل زیر است:



شکل ۶. نسبت خسارت رشته های بیمه ای در ۶ ماهه اول ۱۴۰۴ در مقایسه با یکساله ۱۴۰۳ صنعت

همچنین برترین نمایندگان شرکت در ۶ ماهه اول ۱۴۰۴ بعد از نمایندگی نیکان سپهر صادرات به صورت جدول زیر بوده‌اند:

| رتبه | نام نمایندگی                                       | حق بیمه تولیدی |
|------|----------------------------------------------------|----------------|
| ۱۱   | نمایندگی بیمه فراگستران آتیه نوین سپهر،<br>کد ۲۲۷۷ | ۹۷,۲۵۰         |
| ۱۲   | ناصر رضائی، کد ۱۰۳۷                                | ۹۶,۸۷۵         |
| ۱۳   | الهه سبحانی پور، کد ۱۸۸۴                           | ۹۲,۴۲۲         |
| ۱۴   | امین ذوالفقاری، کد ۲۵۹۵                            | ۸۷,۴۷۱         |
| ۱۵   | فرزانه حاجیان، کد ۲۵۲۴                             | ۷۴,۸۵۸         |
| ۱۶   | مهدی محمدیان کروی، کد ۱۰۳۰                         | ۷۳,۴۸۲         |
| ۱۷   | مهران حانه، کد ۱۰۸۱                                | ۷۱,۴۹۲         |
| ۱۸   | محبوبه محمدباقری، کد ۱۶۲۱                          | ۶۴,۹۹۱         |
| ۱۹   | مهدی چهاری زاده، کد ۱۴۶۹                           | ۶۴,۵۵۸         |
| ۲۰   | امیر مقصودلو، کد ۲۶۱۷                              | ۶۳,۱۸۱         |

| رتبه | نام نمایندگی                              | حق بیمه تولیدی |
|------|-------------------------------------------|----------------|
| ۱    | میلاد میری، کد ۲۱۹۷                       | ۳۵۸,۲۵۴        |
| ۲    | مریم ماهانی، کد ۱۶۹۰                      | ۲۶۰,۳۵۰        |
| ۳    | مریم تعجبیان، کد ۶۹۶۸                     | ۱۸۹,۴۱۱        |
| ۴    | سعید سعادت‌مند، کد ۱۲۵۹                   | ۱۳۶,۵۸۹        |
| ۵    | زهرا محرر، کد ۱۷۵۳                        | ۱۳۴,۹۶۴        |
| ۶    | خاطره عبدالملکی، کد ۲۵۱۰                  | ۱۳۱,۵۰۱        |
| ۷    | امیرعباس صفاری، کد ۲۴۰۳                   | ۱۲۲,۳۳۶        |
| ۸    | مرضیه‌السادات رشیدی طغرالجردی،<br>کد ۲۳۷۰ | ۱۱۹,۷۸۲        |
| ۹    | بیبا صفدریان، کد ۲۲۱۴                     | ۱۰۲,۱۵۶        |
| ۱۰   | وحید زمانی، کد ۱۱۲۲۵                      | ۱۰۰,۲۲۷        |



شکل ۷. بزرگ‌ترین بیمه‌گزاران شرکت در ۶ ماهه ۱۴۰۴

این گزارش نشان می‌دهد سرمد در ۶ ماهه ابتدای ۱۴۰۴ ترکیبی از نقاط قوت واقعی — از جمله نسبت خسارت مطلوب، ترازنامه متعادل‌تر و رشد قوی حق بیمه — و چالش‌های ساختاری مثل هزینه‌های عمومی و پرسنلی بالا، سهم بازار محدود و تخصیص سرمایه کمتر از میانگین صنعت را تجربه کرده است. مسیر پیش رو روشن است: حفظ و تعمیق سیاست‌های موفق کنترل خسارت، اصلاح ساختار هزینه‌ها، تقویت کانال‌های فروش و پرتفوی محصولی برای افزایش سهم بازار و هدایت منابع به سرمایه‌گذاری‌های با بازده بالاتر؛ اقداماتی که در کنار پایش شاخص‌های عملکردی می‌تواند سرمد را از وضعیت کنونی به موقعیت رقابتی‌تر و پایداری برساند.

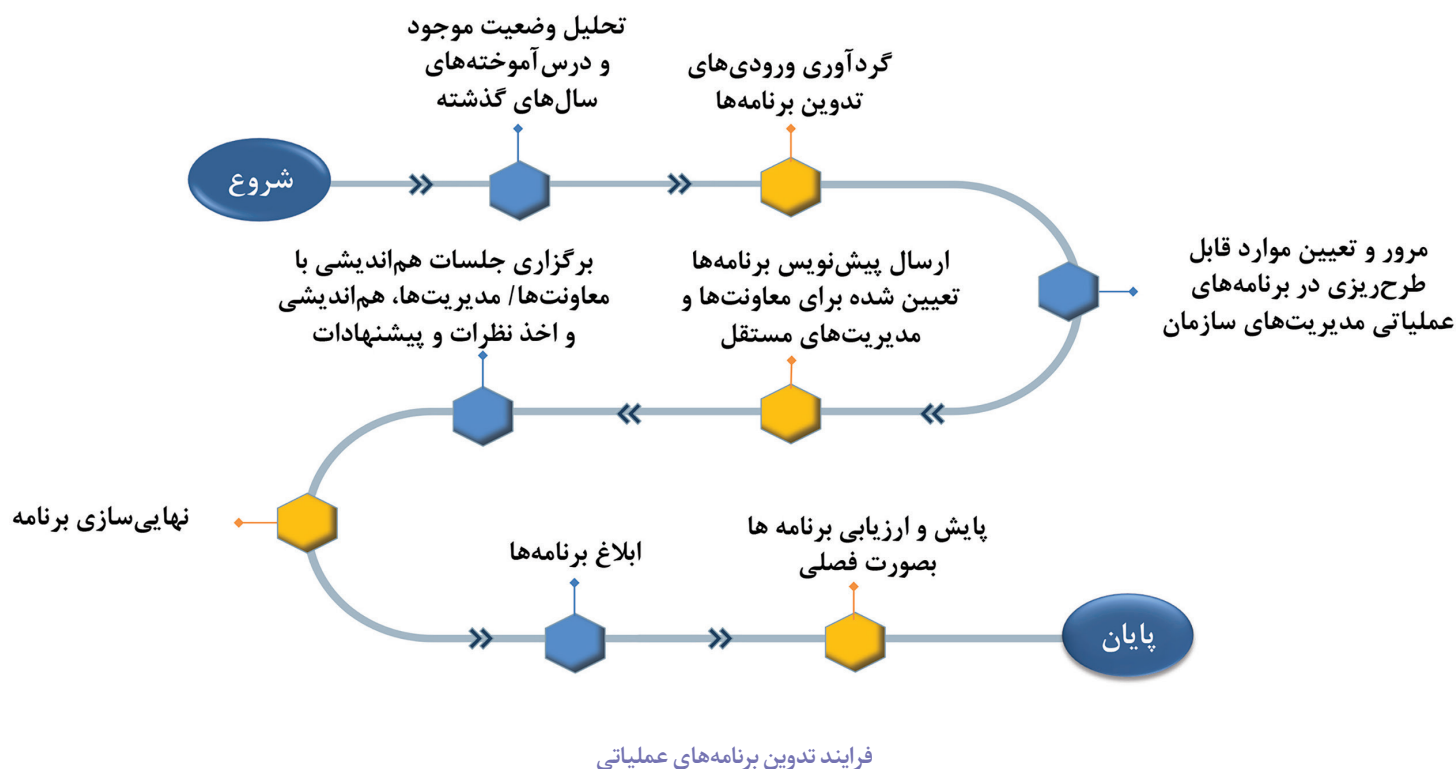


## از تصمیم تا اقدام

روایت برنامه‌های عملیاتی سال ۱۴۰۴

مرور عملکرد سال‌های گذشته نشان داد ضعف در پیوند میان تصمیمات سازمان و اقدامات عملیاتی، خروجی‌محوری صرف، عدم استفاده از بازخوردهای تصمیم‌گیران شرکت به آسیب‌های مطرح‌شده در رویدادها، همایش و جلسات مختلف از جمله مهم‌ترین آسیب‌های شناسایی‌شده، بوده‌اند.

شرکت بیمه سرمد در سال ۱۴۰۴ با رویکردی متفاوت به تدوین و اجرای برنامه‌های عملیاتی پرداخته است؛ رویکردی که براساس آسیب‌شناسی تجربه‌های گذشته و افزایش بهره‌وری منابع سازمانی طراحی شده است. تدوین برنامه‌های عملیاتی در شرکت بیمه سرمد برای سال ۱۴۰۴، بیش از آنکه یک فرایند رسمی و اداری باشد، فرصتی برای گفت‌وگو، یادگیری و هم‌اندیشی بود.



### ۲. تمرکز بر اثربخشی و کیفیت برنامه‌ها:

حذف اقدامات کم‌اثر و غیرضروری، اجتناب از دوباره‌کاری‌ها و تمرکز بر خروجی‌های ملموس و ارزش‌آفرین.

### ۳. پاسخگویی و پایش‌پذیری:

تعریف شاخص‌های کمی و کیفی برای هر برنامه، تعیین مسئولیت‌های مشخص و ارزیابی مستمر در طول سال.

یکی از ویژگی‌های متمایز این برنامه‌ها، رویکرد مسئله‌محور آن‌هاست که بر یکپارچه‌سازی ساختارهای تصمیم‌گیری و تبدیل تصمیم به اقدام متمرکز است.

همچنین، مشارکت گسترده سطوح مختلف سازمان در فرایند تدوین که منجر به افزایش حس تعلق و تعهد سازمانی شده است، از دیگر مزیت‌های قابل توجه امسال به شمار می‌روند.

در حوزه پایش و ارزیابی عملکرد، مقرر گردیده است که به‌صورت فصلی کارنامه‌های عملکرد ستاد و شعب منتشر شود. این اقدام موجب خواهد شد تا میزان تحقق اهداف و شاخص‌ها به‌طور شفاف قابل مشاهده باشد و مدیران بتوانند در صورت وجود موانع، اقدامات اصلاحی را به‌موقع طراحی و اجرا نمایند.

اجرای منسجم و اثربخش این برنامه‌ها می‌تواند علاوه بر افزایش بهره‌وری درون سازمانی، منجر به ارتقای جایگاه شرکت بیمه سرمد در صنعت بیمه کشور، بهبود تجربه مشتریان و جلب رضایت ذی‌نفعان گردد.

از این‌رو، در سال جاری تلاش شد تا با مشارکت مستقیم معاونت‌ها و مدیران و جلوگیری از پراکندگی و تبدیل تصمیمات به اقدام این موانع با اتخاذ رویکردی یکپارچه و اثربخش برطرف شود.

فرایند تدوین برنامه‌های عملیاتی سال ۱۴۰۴ با بررسی درس‌آموخته‌های گذشته، تحلیل وضعیت موجود و هم‌اندیشی با معاونین و مدیران آغاز شد. در این مسیر، با توجه به مصوبات هیئت مدیره، هیئت عامل، کمیته‌های حاکمیت شرکتی، انتظارات هیئت مدیره و مدیرعامل، مجمع عمومی سالیانه شرکت، گزارش ممیزی داخلی و خارجی، الزامات و قانون بالادستی، نکات و چالش‌های مطرح‌شده، بودجه مصوب شرکت، شرح وظایف مدیریت‌ها، پیش‌نویس برنامه‌ها توسط مدیریت برنامه‌ریزی تدوین گردید و پس از برگزاری جلسات هم‌اندیشی با معاونین و مدیران و اخذ نظرات و پیشنهادات، نهایی‌سازی و ابلاغ شد.

این برنامه‌ها علاوه بر برخورداری از انعطاف‌پذیری برای بازنگری در طول سال، به‌صورت فصلی پایش و ارزیابی می‌شوند تا تحقق آن‌ها به‌صورت شفاف و مستمر قابل رصد باشد.

### سه محور اصلی در تدوین برنامه‌های امسال مدنظر قرار گرفته شده است:

#### ۱. یکپارچه‌سازی تصمیمات و انسجام سازمانی:

هم‌آهنگی میان مصوبات هیئت مدیره، هیئت عامل، کمیته‌های حاکمیتی و مدیران ستاد و شعب، به‌منظور جلوگیری از پراکندگی و افزایش هم‌سویی تصمیمات.





آتشی بود در این خانه که کاشانه بسوخت

# گفت‌وگوی ویژه



## نشریه



### ● گفت‌وگو با مدیر مالی دربارهٔ رمز موفقیت سال گذشته

گذر از بحران:

چگونه سرمد به سودآوری رسید؟

در این گفت‌وگو با مدیر مالی سرمد، رمز عبور از زیان انباشته تا بازگشت به سودآوری در قالب تصمیم‌گیری‌های راهبردی و اقدام‌های عملیاتی روشن می‌شود: تغییر تیم مدیریتی، توقف تمدید بیمه‌نامه‌های زیان‌ده، تمرکز بر فروش خرد و وصول مطالبات معوق، مدیریت هوشمند نقدینگی و سرمایه‌گذاری، و کنترل هزینه‌ها و بودجه‌ریزی ماهانه همگی دست‌به‌دست دادند تا شرکت در سال ۱۴۰۳ از زیان خارج شود و سود میان سهامداران تقسیم گردد. این گفت‌وگو تصویری از تصمیمات کلیدی، ابتکارات مالی و نقش دیجیتال‌سازی در بهبود کارایی ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد چگونه هماهنگی بین واحدها و استمرار کنترل‌های مالی می‌تواند مسیر ثبات و رشد را برای شرکت هموار کند.

## گذر از بحران

### چگونه سرم به سودآوری رسید؟

#### لطفاً توضیح دهید که مهم‌ترین عوامل منجر به خروج شرکت از وضعیت زیان و دستیابی به سودآوری چه بوده است؟

با تغییر تیم مدیریتی شرکت در سه ماهه آخر سال ۱۴۰۱ و پیاده‌سازی رویکردهای جدید، برنامه‌ریزی مدونی برای خروج از زیان انباشته و دستیابی به سود و حداکثرسازی ثروت سهامداران صورت گرفت که باعث عدم تمدید بیمه‌نامه‌های زیان‌ده صادر شده در سنوات گذشته و افزایش فروش بیمه‌نامه‌های خرد شد که در همین راستا پیگیری و جدیت لازم درخصوص وصول مطالبات از بیمه‌گزاران حقیقی و حقوقی صورت گرفت. این امر منتج به وصول عمده مطالبات سنواتی گردید که با گردش نقدینگی و سرمایه‌گذاری مناسب با افزایش سود سرمایه‌گذاری‌های شرکت و تمرکز بر سودآوری، در دو سال گذشته باعث خروج از زیان انباشته در سال ۱۴۰۳ و در نهایت تقسیم سود به سهامداران معظم شرکت بعد از چندسال شده است.

#### کدام تصمیمات کلیدی یا سیاست‌های مالی را نقطه عطف این تحول می‌دانید؟

در بنگاه‌های اقتصادی یکی از مهم‌ترین عوامل سودآوری شرکت، وصول مطالبات، کنترل نقدینگی و سرمایه‌گذاری مناسب می‌باشد که تا قبل از سال ۱۴۰۲ این موضوع در شرکت مغفول مانده بود. با تمرکز تیم مدیریتی جدید برای وصول مطالبات و افزایش نقدینگی و توافقات صورت گرفته با بیمه‌گزاران بزرگ برای دریافت حق بیمه‌های تولیدی و برنامه‌ریزی برای نحوه مصرف و سرمایه‌گذاری منابع موجود می‌تواند نقطه عطف شروع سیاست‌های مالی در ابتدای سال ۱۴۰۲ باشد که با برنامه‌ریزی صورت گرفته اکنون رشد نقدینگی و سرمایه‌گذاری را در شرکت شاهد می‌باشیم که منتج به افزایش سودآوری و رضایت بیمه‌گزاران و بیمه‌شدگان گردیده است.

#### نقش همکاری سایر واحدها و تعامل بین‌بخشی را در این موفقیت مالی چگونه ارزیابی می‌کنید؟

طبیعتاً هرگونه کسب موفقیت در شرکت‌های حقوقی بدون کمک و همراهی سایر واحدها و ارکان سازمان میسر نخواهد شد و لازمه هرگونه موفقیت، هماهنگی بین واحدهای سازمان و برنامه‌ریزی در سطح کلان و اجرای آن در مدیریت‌های مربوطه با همکاری تمامی پرسنل می‌باشد. قطعاً منتج به نتیجه مثبت شدن برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، با همکاری

با تغییر تیم مدیریتی شرکت در سه ماهه آخر سال ۱۴۰۱ و پیاده‌سازی رویکردهای جدید، برنامه‌ریزی مدونی برای خروج از زیان انباشته و دستیابی به سود و حداکثرسازی ثروت سهامداران صورت گرفت که باعث عدم تمدید بیمه‌نامه‌های زیان‌ده صادر شده در سنوات گذشته و افزایش فروش بیمه‌نامه‌های خرد شد که در همین راستا پیگیری و جدیت لازم درخصوص وصول مطالبات از بیمه‌گزاران حقیقی و حقوقی صورت گرفت. این امر منتج به وصول عمده مطالبات سنواتی گردید که با گردش نقدینگی و سرمایه‌گذاری مناسب با افزایش سود سرمایه‌گذاری‌های شرکت و تمرکز بر سودآوری، در دو سال گذشته باعث خروج از زیان انباشته در سال ۱۴۰۳ و در نهایت تقسیم سود به سهامداران معظم شرکت بعد از چندسال شده است.





مكلف به وصول به موقع مطالبات نمود كه نتیجه آن افزایش نقدینگی و بهبود پرداخت خسارت بوده است كه در همین راستا براساس گزارش بودجه هزینه‌ای سالیانه شركت به صورت ماهانه كنترل هزینه‌های اداری و عمومی در دستور كار قرار گرفت و اقدامات لازم جهت پایش بودجه انجام و به مدیریت‌های مربوطه اعلام گردید كه باعث كنترل هزینه‌های شركت شده است.

### نقش فناوری و دیجیتال سازی در بهبود کارایی مالی شرکت را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

فناوری و دیجیتال سازی ابزاری برای سرعت در انجام امور و ارائه خدمات می‌باشد كه در همین راستا مدیریت مالی با بهره‌گیری از فناوری‌های موجود و دیجیتال سازی فرایندها در راستای ارائه خدمات و پرداخت خسارت‌ها با كمترین زمان به بیمه‌گزاران و بیمه‌شدگان و استفاده بهتر از ابزارها و شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها در کارایی مدیریت مالی تأثیر به‌سزایی داشته است.

### عملکرد سال مالی گذشته چه پیامی برای سهامداران و کارکنان دارد؟

مشاهده روند سودآوری رو به بهبود وضعیت مالی شركت در سال ۱۴۰۳ كه منتج به خروج از زیان انباشته، به سود رسیدن شركت و تقسیم سود سهام به سهامداران شده است، می‌تواند نویدبخش روزهای خوب بیمه سرمد و درخشش آن در سال‌های آتی و دلگرمی سهامداران به این شركت و افزایش ارزش قیمت سهام شركت در بازار سهام گردد و حس اعتماد سهامداران به سپردن سرمایه خود به شركت بیمه سرمد را افزایش دهد. همچنین افزایش سودآوری شركت پیامی مثبت به كاركنان بدهد كه نتیجه زحمات همكاران مشمّرمر بوده و كام كاركنان و سهامداران شركت را شیرین کرده است و باعث دلگرمی كاركنان و افزایش انگیزه برای تلاش بیشتر در راستای بهبود شركت و افزایش سودآوری گردیده است.

### اگر بخواهید يك پیام امیدبخش و الهام‌بخش به تیم شرکت بدهید، آن پیام چه خواهد بود؟

در مسیر پیشرفت و موفقیت، هر روز با چالش‌ها و فرصت‌های تازه‌ای روبه‌رو می‌شویم. شاید مسیر همیشه ساده نباشد، اما باور ما این است كه تلاش صادقانه، همدلی و پشتكار شما می‌تواند هر مانعی را به سكوی پرش تبدیل كند. امروز بیش از هر زمان دیگری به یاد داشته باشیم كه هر قدم كوچك ما، بخشی از يك حرکت بزرگ است؛ حرکتی كه آینده‌ای روشن‌تر برای شركت و برای تك‌تك ما رقم خواهد زد.

به‌عنوان مدیر مالی، ایمان دارم كه با برنامه‌ریزی دقیق و مدیریت مسئولانه، می‌توانیم امنیت و پایداری را در كنار رشد و نوآوری تجربه كنیم. موفقیت فردی هر يك از ما، موفقیت جمعی همه ما است و اطمینان دارم وقتی با هم باشیم، قوی‌تر از هر محدودیتی هستیم.



سایر واحدها و اجرای صحیح تصمیمات اخذ شده توسط مدیریت كلان شركت می‌باشد.

### افزایش سودآوری چه تأثیری بر استراتژی آینده شرکت خواهد گذاشت و برنامه شما برای تداوم روند صعودی چیست؟

با افزایش سودآوری و ورود منابع مالی به شركت می‌توان استراتژی‌های بهتری را به كار گرفت. چرا كه با منابع بیشتر، امکان دریافت نرخ‌های بهتر در سرمایه‌گذاری و كسب بازدهی بیشتر میسر بوده و متناسب با نقدینگی و سودآوری شركت می‌توان تصمیمات بهتری اتخاذ نمود و برنامه مدیریت مالی كه همان رسالت ما كه حداكثرسازی ثروت سهامداران و ارائه خدمات و پرداخت سریع‌تر خسارت به بیمه‌گزاران و بیمه‌شدگان می‌باشد، در دست اقدام بوده كه با شرایط بازار و وضعیت حاكم بر بنگاه‌های اقتصادی، اقدامات مربوطه انجام خواهد شد كه سودآوری شركت متناسب با روند ۲ سال گذشته رو به صعود و افزایش باشد.

### آیا ابتكارات یا اصلاح خاصی در فرایندهای مالی یا كنترل هزینه‌ها اجرا شد كه تأثیر قابل توجهی بر نتایج گذاشته باشد؟

بله، قطعاً بدون ابتكار عمل و كنترل‌های لازم بر بودجه هزینه‌ای شركت نمی‌توان برنامه‌ها را اجرا كرد. در سال ۱۴۰۲ با برنامه‌ریزی جهت وصول مطالبات و بودجه‌بندی پرداخت خسارت براساس وصولی‌های شعب، كنترل هزینه‌های اداری و عمومی نیز در دستور كار قرار گرفت كه با پرداخت خسارت‌ها طبق بودجه مشخص شده براساس حق بیمه وصولی، شعب را



گر در سفرم، تویی رفیق سفرم

# تحول دیجیتال

## نشریه



### • دربارهٔ BI

تحول فرهنگ تصمیم‌سازی؛

نقش داشبوردهای هوشمند BI در مسیر موفقیت سرمد

### • معرفی پلتفرم جامع بیمه‌گری «سرمد من»

گام بلند بیمه سرمد در تحول دیجیتال

در این فصل، دو ضلع مکمل تحول را کنار هم قرار داده‌ایم: از یک سو هوش تجاری و داشبوردهای تعاملی که داده‌های پراکنده را به «دیتا استوری»های روشن و ابزار تصمیم‌ساز تبدیل می‌کنند، و از سوی دیگر وب‌اپلیکیشن «سرمد من» که تجربه مشتری را با صدور آنلاین، مدیریت خسارت، پیگیری درخواست‌ها، چت‌بات هوشمند و نقشهٔ مراکز درمانی یکپارچه می‌سازد. ترکیب این توانمندی‌ها یعنی تصمیم‌گیری سریع‌تر و دقیق‌تر برای مدیران و خدماتی سریع‌تر، شفاف‌تر و شخصی‌سازی‌شده برای مشتریان؛ نتیجه‌ای که سازمان را چابک‌تر، مشتری‌محورتر و آمادهٔ رقابت در عصر دیجیتال خواهد کرد.

# تحول فرهنگ تصمیم‌سازی

## نقش داشبوردهای هوشمند BI در مسیر موفقیت سرما

در این بخش به زبان ساده و قابل فهم می‌کوشیم نشان دهیم چرا داده‌های درست و داشبوردهای هوشمند به نقطه عطف تصمیم‌گیری در سرما تبدیل شده‌اند: از شناخت دقیق‌تر مشتری و کشف ناهنجاری‌ها تا شناسایی ائتلاف منابع و پیش‌بینی روندها. خواننده با مروری بر ضرورت BI، ساختار داشبورد Power BI شرکت و منابع داده‌ای در دسترس (فناوران، سیناد، vtiger CRM) آشنا می‌شود و می‌فهمد این ابزار چگونه پایش فروش، خسارت و عملکرد شعب و نمایندگان را ساده‌تر و تصمیم‌گیری را از شعار به عمل نزدیک‌تر می‌کند.

### ۱. نقش داده‌های معتبر در کسب‌وکارهای مدرن

- شناخت بهتر مشتریان با تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده.
- کشف الگوهای غیرعادی از طریق پایش جزئیات ثبت شده.
- شناسایی نقاط ضعف و ائتلاف منابع جهت بهینه‌سازی فرایندها.
- تصمیم‌گیری مبتنی بر شواهد.
- پیش‌بینی آینده بر مبنای اطلاعات گذشته.

### ۲. چرا BI؟

- یکپارچگی اطلاعات از منابع مختلف (فروش، خسارت، برنامه‌ریزی، مرکز تماس و غیره).
- شفاف‌سازی این اطلاعات.
- اندازه‌گیری و نظارت مستند، دقیق، و سریع بر عملکرد.
- تحلیل روندها و الگوها.
- زمینه‌سازی هدایت سازمان به سمت تصمیم‌گیری سناریومحور، بر مبنای Data Story.

### روند گذار شرکت به سمت مدیریت داده‌محور:

توسعه هوش تجاری (BI) در شرکت تنها به جمع‌آوری و گزارش‌گیری از داده‌ها محدود نمی‌شود، بلکه هدف اصلی آن حرکت به سوی ساخت دیتاستوری‌هایی است که بتوانند مسائل و چالش‌های سازمان را به زبانی ساده، تصویری و قابل درک روایت کنند. این رویکرد، داده‌های خام را به



- در کنار آن، اطلاعات دیگری مانند اطلاعات مرکز تماس (شکایات و نظرسنجی‌ها)، خسارت‌های درمان (سیناد) و همچنین اطلاعات پرسنل را پوشش می‌دهد.
- منابع داده‌ای شامل سامانه‌های اصلی شرکت از جمله فناوری، سیناد و vtiger CRM هستند، و شاخص‌هایی مانند درصد تحقق برنامه‌فروش، نسبت خسارت، نرخ رشد و سایر شاخص‌های عملیاتی را در اختیار کارشناسان قرار می‌دهد.
- این ابزار، امکان نظارت سریع را فراهم می‌سازد، نقاط قوت و ضعف عملکردی را شفاف می‌سازد، به تصمیم‌گیری مبتنی‌بر داده کمک می‌کند، و منجر به هوشمندی کسب‌وکار و ارتقای رضایت مشتریان می‌شود.

داستان‌های معنادار و الهام‌بخش تبدیل می‌کند که مسیر تصمیم‌گیری مدیران را روشن ساخته و سازمان را یک گام به‌سوی فرهنگ داده‌محور و تصمیم‌گیری آگاهانه نزدیک‌تر می‌کند. روند‌گذار شرکت با توسعه داشبوردهای تعاملی شروع، و هدف آن تصمیم‌گیری مبتنی‌بر دیتا استوری می‌باشد.

## معرفی اجمالی داشبورد:

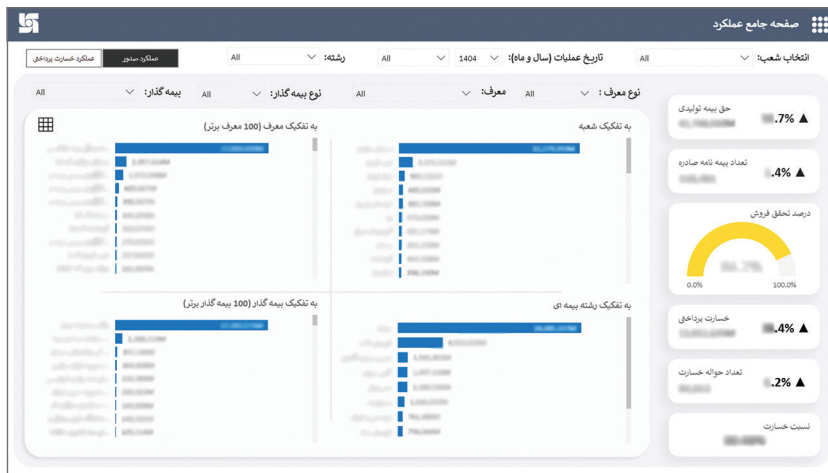
- این داشبورد تصویری جامع و یکپارچه از عملکرد سازمان ارائه می‌دهد؛
- با استفاده از ابزار Power BI طراحی شده است؛
- تمرکز فعلی آن بر پایش فروش، خسارت، و میزان تحقق برنامه‌ی شعب و نمایندگان است؛

## توضیحات تکمیلی

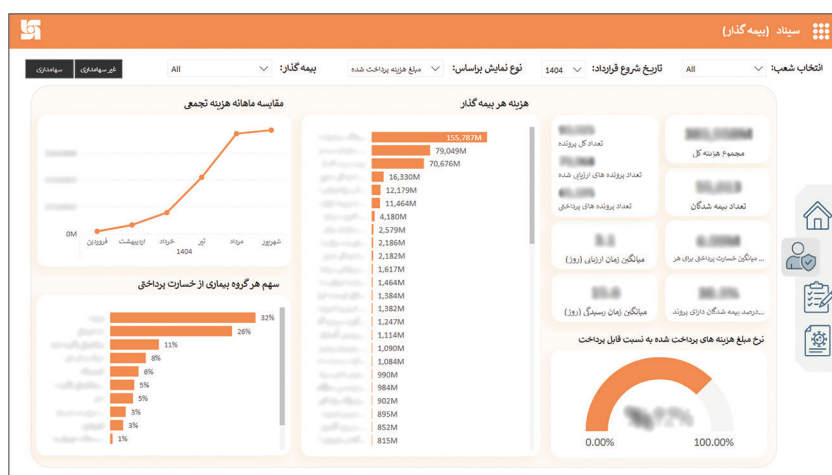
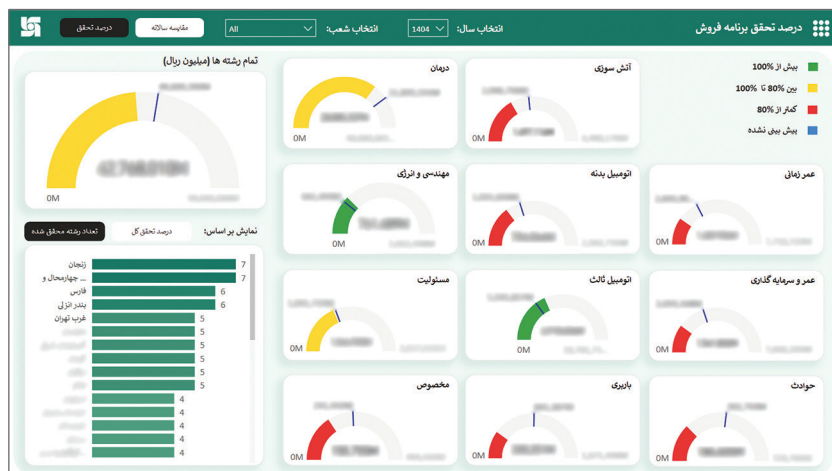
یکی از مهم‌ترین مزایای داشبوردهای مدیریتی، **کنترل هزینه‌ها و شناسایی به‌موقع چالش‌ها** است. به کمک شاخص‌های ارائه‌شده در حوزه‌ صدور و خسارت، می‌توان روندها و نقاطضعف احتمالی را شناسایی و از بروز هزینه‌های اضافی جلوگیری کرد. برای نمونه، در مواردی که مبلغ حق‌بیمه یا حواله خسارت به‌اشتباه ثبت شده باشد، داشبورد به‌عنوان ابزاری نظارتی عمل کرده و این خطاها را آشکار می‌سازد؛ موضوعی که هم به حفظ منابع مالی شرکت کمک می‌کند و هم از نارضایتی بیمه‌گذاران جلوگیری به‌عمل می‌آورد.

نمایش **قراردادهای جدید در ۱۵ روز گذشته و نیز بیمه‌نامه‌هایی که تا ۱۵ روز آینده منقضی می‌شوند**، به کارکنان این امکان را می‌دهد تا در یک نگاه سریع، وضعیت مشتریان خود را مشاهده کرده و به‌سرعت اقدامات لازم برای تماس و تمدید بیمه‌نامه‌ها را انجام دهند. این قابلیت، ضمن تسریع فرایند تمدید، موجب بهبود ارتباط با مشتریان و تقویت وفاداری آنان به شرکت می‌شود.

داشبوردها همچنین این امکان را فراهم می‌کنند که **عملکرد بیمه‌گذاران، نمایندگان و کارگزاران به تفکیک بررسی شود**. به این ترتیب، مدیران می‌توانند در یک نگاه دریابند که یک مشتری یا نماینده در طول زمان چه میزان سودآوری برای شرکت داشته است. این موضوع به تصمیم‌گیری‌های مهمی همچون تمدید یا عدم‌تمدید قراردادهای، اولویت‌بندی مشتریان و مدیریت شبکه فروش کمک شایانی می‌کند.







برخی از اطلاعات مندرج در صفحات داخلی داشبورد،  
به دلیل رعایت محرمانگی محو شده‌اند.

همچنین، در بخش‌های تخصصی نظیر **داشبورد سیناد**، روند رسیدگی به پرونده‌های درمانی و زمان ارزیابی‌ها قابل پایش لحظه‌ای است که این امر به مدیریت بهینه منابع، کوتاه‌شدن چرخه رسیدگی و ارتقای کیفیت خدمات منجر می‌شود. در **داشبورد امور مشتریان** نیز داده‌های مرتبط با شکایات و نظرسنجی‌ها به تفکیک فرایندهای صدور و خسارت ارائه می‌گردد؛ اطلاعاتی که به مدیران این امکان را می‌دهد تا با شناخت بهتر انتظارات بیمه‌گزاران، اقداماتی هدفمند برای بهبود تجربه مشتری انجام دهند.

**سهولت استفاده، سرعت دریافت گزارش، شفافیت اطلاعات:** یکی از مهم‌ترین مزایای داشبورد، یکپارچه‌سازی و تجمیع داده‌ها از منابع مختلف است؛ داده‌هایی که در بسیاری موارد یا به راحتی در دسترس نیستند یا برای استخراج آن‌ها نیاز به زمان و تلاش زیادی وجود دارد. این یکپارچگی موجب شفاف‌سازی اطلاعات، شناسایی سریع موارد مشکوک، و در عین حال دسترسی آسان به داده‌ها بدون نیاز به فرایندهای گزارش‌گیری می‌شود. از سوی دیگر، گزارش‌گیری از نرم‌افزارهای موجود با به دلیل حجم بالای داده‌ها بعضاً قابل انجام نیستند، یا نیازمند محاسبات دستی پیچیده و خطاپذیرند. داشبورد این مشکل را برطرف می‌کند و با استانداردسازی محاسبات، مانع از بروز اختلاف در نتایج می‌شود؛ به این ترتیب، همه ذی‌نفعان به یک منبع واحد از داده‌ها دسترسی دارند و اندازه‌گیری‌ها بر مبنای اطلاعات یکسان انجام می‌شود.

## برنامه‌های توسعه داشبورد BI:

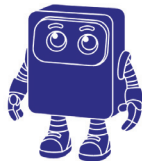
برنامه‌های توسعه مبتنی بر تصمیمات مدیران می‌باشد. اما به طور کلی می‌توان به «افزودن منبع داده‌ای برهان (مالی)» اشاره کرد.

## دعوت به فرهنگ داده‌محوری بین تمام واحدها:

با توسعه و اشاعه فرهنگ استفاده از داده و در اختیار گذاشتن ابزارهای مناسب، می‌توانیم زمینه‌ای فراهم کنیم که همه واحدهای سازمان در تصمیم‌گیری‌ها و فعالیت‌های روزانه خود به داده تکیه کنند.

سخن پایانی اینکه داشبوردها تنها گزارش‌ساز نیستند، بلکه شتاب‌دهنده‌ای برای فرهنگ داده‌محوری‌اند؛ ابزاری که خطاها را آشکار می‌کنند، چرخه‌های کاری را کوتاه می‌سازند و امکان تمرکز بر مشتریان با ارزش‌تر را می‌دهند. با افزودن منابع مالی مانند «برهان» و گسترش دیتاستوری‌ها، مسیر پیش روی سرمد روشن‌تر خواهد شد؛ گامی عملی که از یکپارچه‌سازی داده فراتر رفته و سازمان را به تصمیم‌گیری آگاهانه و چابک نزدیک‌تر می‌کند.

## گام بلند بیمه سرمد در تحول دیجیتال



### بخش‌های مختلف سامانه سرمد من

#### ۱. بیمه‌نامه‌های من

این بخش یک پنل جامع برای مدیریت بیمه‌نامه‌هاست. مشتریان می‌توانند اطلاعات تمام بیمه‌نامه‌های خود در رشته‌های مختلف درمان و غیردرمان (اعم از واحد صدور، حقی بیمه‌نامه، مدت اعتبار بیمه‌نامه و...) را مشاهده کنند. همچنین امکان پیگیری فهرست درخواست‌ها و بررسی اقساط پرداخت‌شده یا باقی‌مانده وجود دارد. این قابلیت باعث می‌شود مشتری همیشه از وضعیت بیمه‌ای خود باخبر باشد.

### دنیای دیجیتال خدمات بیمه‌ای

امروز دیگر خدمات بیمه‌ای محدود به مراجعه حضوری به شعب و نمایندگی‌ها نیست. شرکت بیمه سرمد با طراحی سامانه «سرمد من»، یک بستر دیجیتال جامع فراهم کرده است تا مشتریان بتوانند در هر زمان و هر مکان، بدون محدودیت به خدمات موردنیاز خود دسترسی داشته باشند. این سامانه با اتصال به سیستم‌های پشتیبان از جمله CRM، فناوری‌ها، سیناد و ... علاوه بر ارائه خدمات سریع و دقیق، تجربه‌ای یکپارچه و نوین برای مشتریان ایجاد کرده است.



## ۲. صدور آنلاین بیمه‌نامه‌ها

«سرم‌من» امکان خرید و صدور بیمه‌نامه بدون نیاز به مراجعه حضوری را فراهم کرده است. مشتریان می‌توانند با چند کلیک، بیمه‌نامه‌های زیر را دریافت کنند:

### \* بیمه‌های آتش‌سوزی مسکونی:

برای حفاظت از خانه در برابر خطرات احتمالی.

### \* بیمه پزشکان و پیراپزشکان:

پوشش‌های ویژه برای جامعه پزشکی و کادر درمان.

### \* بیمه حوادث انفرادی:

پشتیبان مالی در برابر حوادث پیش‌بینی نشده.

### \* بیمه درمان انفرادی:

راهکاری برای تأمین هزینه‌های درمانی بدون دغدغه.

فرایند خرید این بیمه‌نامه‌ها به گونه‌ای طراحی شده که مشتریان بتوانند در چند مرحله ساده، اطلاعات موردنیاز را وارد کنند، حق بیمه را پرداخت نمایند و نسخه دیجیتال بیمه‌نامه را دریافت کنند.

از سوی دیگر این بخش در حال توسعه بوده و قرار است رشته‌های بیمه‌ای متنوع‌تری مانند شخص ثالث به آن اضافه شوند. این توسعه به مشتریان این امکان را خواهد داد که تقریباً تمامی بیمه‌نامه‌های موردنیاز خود را بدون مراجعه حضوری و تنها با چند کلیک صادر کنند.

## ۳. خسارت‌های من

مدیریت خسارت‌ها یکی از مهم‌ترین نیازهای مشتریان است. در این بخش وضعیت تمام خسارت‌های ثبت‌شده در رشته‌های درمان و غیر درمان نمایش داده می‌شود. جزئیات خسارات دریافتی از جمله مبلغ ارزیابی‌شده، مبلغ خسارت، وضعیت پرداخت و... در این بخش قابل مشاهده خواهد بود.

## ۴. ثبت آنلاین خسارت درمان

یکی از خدمات مهم «سرم‌من» همین بخش است. بیمه‌شدگان می‌توانند مدارک و فاکتورهای پزشکی خود را به‌صورت آنلاین بارگذاری کنند تا فرایند رسیدگی به خسارت آغاز شود. این امکان، نیاز به مراجعه حضوری و تحویل مدارک کاغذی را به حداقل رسانده و سرعت رسیدگی را افزایش داده است.

## ۵. مراکز درمانی

یکی از دغدغه‌های بیمه‌شدگان درمان، پیدا کردن مراکز طرف قرارداد است. در این بخش، فهرست کامل بیمارستان‌ها، درمانگاه‌ها، آزمایشگاه‌ها و سایر مراکز درمانی طرف قرارداد بیمه سرم‌من ارائه می‌شود. کاربران می‌توانند براساس شهر یا نوع خدمات پزشکی، مراکز موردنظرشان را جست‌وجو کنند. این قابلیت موجب صرفه‌جویی در وقت و هزینه مشتریان می‌شود. مزیت مهم این قسمت، نمایش مراکز درمانی روی نقشه است. مشتریان می‌توانند مراکز موردنظر خود را براساس شهر، نوع خدمات درمانی یا فاصله مکانی جست‌وجو کنند و محل دقیق مرکز را مشاهده نمایند.

## ۶. شعب و نمایندگان

این بخش برای آن دسته از مشتریانی که ترجیح می‌دهند خدمات را حضوری دریافت کنند طراحی شده است. در این قسمت آدرس و اطلاعات تماس همه نمایندگان و شعب بیمه سرم‌من در سراسر کشور قرار دارد. کاربران می‌توانند براساس موقعیت مکانی خود، نزدیک‌ترین شعبه یا نمایندگی را بیابند و با یک تماس یا مراجعه حضوری از خدمات استفاده کنند.

ویژگی شاخص این بخش، نمایش اطلاعات روی نقشه می‌باشد. مشتریان می‌توانند با وارد کردن موقعیت مکانی خود و یا استفاده از نقشه، نزدیک‌ترین شعبه یا نمایندگی را به‌صورت دقیق پیدا کنند. این قابلیت، انتخاب سریع‌ترین مسیر دسترسی به خدمات حضوری را برای مشتریان فراهم می‌سازد.

## ۷. ثبت شکایت

اگر مشتری نسبت به خدمات دریافتی گلایه‌ای داشته باشد، نیازی به مراجعه حضوری یا تماس تلفنی ندارد. در بخش «ثبت شکایت» می‌تواند موضوع موردنظر را ثبت کرده و مطمئن باشد که رسیدگی آن در سامانه ثبت و پیگیری خواهد شد. این موضوع شفافیت و مسئولیت‌پذیری شرکت بیمه سرم‌من را نشان می‌دهد.

## ۸. سوابق درخواست‌ها و ارتباطات من

تمامی تعاملات مشتری با شرکت در این بخش ذخیره و نمایش داده می‌شود. از شکایات ثبت‌شده گرفته تا تماس‌ها و درخواست‌ها، همه در یک‌جا قابل مشاهده است. این ویژگی علاوه بر کمک به مشتری برای پیگیری سوابق، به شرکت هم امکان می‌دهد خدمات شخصی‌سازی‌شده و دقیق‌تری ارائه کند.

## ۹. نظرسنجی‌ها

برای سنجش رضایت مشتریان و ارتقای کیفیت خدمات، بخش نظرسنجی



با سرعت بیشتر و راحت‌تر نسبت به خرید بیمه‌نامه و یا پرداخت اقساط اقدام نمایند.

### ۱۴. باشگاه مشتریان (به‌زودی)

در آینده نزدیک، بخش باشگاه مشتریان فعال خواهد شد. در این بخش، مشتریان با استفاده از خدمات یا انجام فعالیت‌های مشخص، امتیاز جمع‌آوری کرده و از تخفیف‌ها و مزایای ویژه بهره‌مند می‌شوند. این برنامه در راستای افزایش وفاداری و رضایت مشتریان طراحی شده است.

### ۱۵. هوشمندسازی (به‌زودی)

بخش هوشمندسازی که به‌زودی رونمایی می‌شود، قرار است با تحلیل داده‌های مشتریان، خدمات شخصی‌سازی‌شده و هوشمند ارائه دهد. این قابلیت می‌تواند تجربه بیمه‌ای مشتریان را متحول کند و آنان را یک قدم به بیمه دیجیتال واقعی نزدیک‌تر سازد.

### جمع‌بندی

«سرمه من» نماد حرکت بیمه سرمد به سمت تحول دیجیتال و مشتری‌مداری است. این سامانه با ترکیب امکانات متنوعی همچون صدور آنلاین بیمه‌نامه، مدیریت خسارت‌ها، ثبت شکایت، سوابق ارتباطات، و حتی چت‌بات هوشمند، تجربه‌ای نوین و متفاوت از خدمات بیمه‌ای را برای مشتریان رقم زده است. آینده «سرمه من» با تکمیل بخش‌هایی مانند باشگاه مشتریان و هوشمندسازی، می‌تواند نقطه عطفی در صنعت بیمه کشور باشد؛ جایی که همه چیز تنها با چند کلیک در دسترس قرار می‌گیرد.

طراحی شده است. در این بخش مشتریان می‌توانند نظرات ثبت‌شده خود را درباره کیفیت خدمات دریافتی، میزان رضایت از فرایندها و حتی پیشنهادهای اصلاحی مشاهده نمایند. نتایج این نظرسنجی‌ها به بهبود مستمر خدمات کمک می‌کند.

### ۱۰. معرفی محصولات بیمه‌ای

در این بخش، همه رشته‌های بیمه‌ای سرمد به‌صورت دسته‌بندی‌شده معرفی می‌شوند؛ از بیمه‌های زندگی و سرمایه‌گذاری گرفته تا درمان، مسئولیت، خودرو و آتش‌سوزی. هر محصول با توضیحاتی کامل درباره پوشش‌ها، مزایا، شرایط عمومی و ویژه ارائه می‌شود. این اطلاعات به مشتریان کمک می‌کند پیش از خرید بیمه‌نامه، آگاهانه انتخاب کنند و بیمه‌نامه‌ای متناسب با نیاز و شرایط خود برگزینند.

### ۱۱. سؤالات متداول

این قسمت پاسخ‌گوی پرسش‌های رایج مشتریان است. پرسش‌ها براساس رشته‌های بیمه‌ای دسته‌بندی شده‌اند و مشتری می‌تواند به‌سرعت پاسخ خود را پیدا کند. این بخش به کاهش تماس‌های تکراری و صرفه‌جویی در وقت مشتریان کمک می‌کند.

### ۱۲. چت‌بات هوشمند

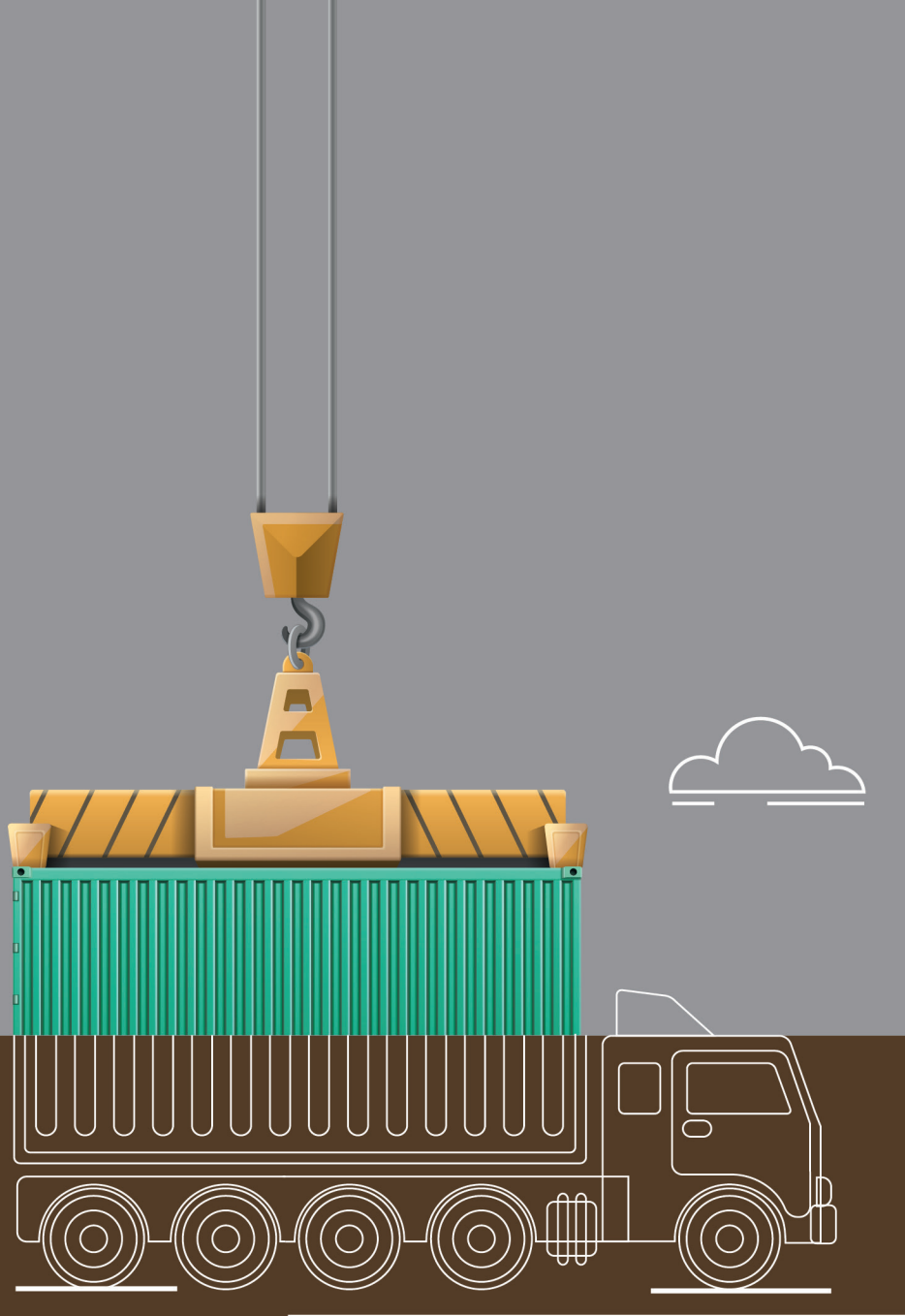
چت‌بات هوشمند سامانه به‌صورت ۲۴ ساعته فعال است و به پرسش‌های مشتریان پاسخ می‌دهد. این ربات علاوه بر پاسخ‌گویی به سؤالات رایج، کاربر را در مسیر انجام خدمات مختلف راهنمایی می‌کند و تجربه‌ای شبیه به گفت‌وگوی انسانی ایجاد می‌نماید.

### ۱۳. کیف پول الکترونیکی (به‌زودی)

با بهره‌مندی از امکان کیف پول الکترونیکی و با شارژ آن مشتریان می‌توانند







ساربانا پرشتابان بار ازین منزل میند



# و توسعه بازار شبکه فروش



## نشریه



- گفت‌وگو با معاون بازاریابی و فروش  
نمایندگان؛ شریان رشدِ سرمد
- صدای شعب  
روایت ۴ شعبه برتر

شبکه نمایندگی شریان حیاتی رشد سرمد است؛ در گفت‌وگو با معاون بازاریابی و فروش، تصویری واقع‌نگر از توانمندی‌ها و چالش‌های این شبکه ترسیم شد: نمایندگان با شناخت بازار محلی و تعهد بالا نقطه‌قوت‌اند، اما تفاوت در مهارت‌ها، شیوه‌های فروش سنتی و پوشش ناکافی در برخی مناطق نیازمند برنامه‌های هدفمند آموزشی، جذب استعدادهای محلی و دیجیتال‌سازی است. ترکیب تحلیل داده‌محور، توسعه پلتفرم‌هایی مانند «سرمد من» و نظام‌های انگیزشی مبتنی بر کیفیت و عملکرد، هدف ما را تقویت هم‌زمان کمی و کیفی شبکه و تبدیل نمایندگان به مشاوران حرفه‌ای بیمه قرار می‌دهد. این فصل روایت راهکارهای عملی و سیاست‌های راهبردی برای افزایش نفوذ بازار، بهبود تجربه مشتری و آماده‌سازی شبکه برای جهش سازمانی را پیش چشم خواننده می‌گذارد.

گفت‌وگو با محسن بزرگزاده خالداآبادی؛  
معاون بازاریابی و فروش شرکت بیمه سرم

## نمایندگان؛ شریان رشد سرم

چشم‌انداز شما از نقش نمایندگان در پنج سال آینده چیست و چه سهمی برای آنها در رشد شرکت پیش‌بینی می‌کنید؟

در پنج سال آینده، نمایندگان سرم از فروشنده صرف فراتر رفته و به مشاوران حرفه‌ای بیمه تبدیل خواهند شد. ما پیش‌بینی می‌کنیم که سهم زیادی از رشد فروش شرکت (حداقل ۶۰ درصد) از طریق پرتفویهای ماندگارتر شبکه نمایندگی محقق شود؛ به‌ویژه با نفوذ در بازارهای جدید و همچنین حوزه دیجیتال.

با آموزش‌های تخصصی، توسعه زیرساخت‌های فناورانه و ارائه محصولات نوآورانه، نمایندگان ما نقشی کلیدی در افزایش ضریب نفوذ بیمه و ارتقای سهم بازار سرم ایفا خواهند کرد.

چه معیارهایی را برای جذب نمایندگان جدید در نظر می‌گیرید؟

ما به دنبال افرادی هستیم که:

- مهارت‌های ارتباطی قوی و علاقه به یادگیری بیمه دارند،
- با فناوری‌های نوین راحت‌اند،
- بازار محلی خود را می‌شناسند و به رشد حرفه‌ای متعهدند.



معاون بازاریابی و فروش بیمه سرم، به عنوان مسئول راهبری توسعه شبکه نمایندگی و تحقق اهداف رشد و سهم بازار، نقش راهبردی و محوری در ساختار فروش و ارتباط با مشتریان ایفا می‌کند. در این گفت‌وگو، با مرور وضعیت فعلی شبکه نمایندگی، چالش‌ها و نقاط قوت آن، سازوکارهای آموزشی و انگیزشی، و نیز تأثیر ابزارهای فناورانه بر عملکرد نمایندگان، به دنبال تبیین راهکارهای عملی و سیاست‌های راهبردی هستیم. هدف این گفت‌وگو ارائه تصویری تحلیلی و مستدل از اولویت‌ها و اقدامات لازم برای تقویت کمی و کیفی شبکه نمایندگی است تا مسیر جهش سازمانی بیمه سرم با انسجام و کارآمدی بیشتری دنبال شود.

وضعیت کنونی شبکه نمایندگی سرم را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ نقاط قوت و ضعف اصلی کدام‌اند؟

شبکه نمایندگی بیمه سرم در بسیاری از استان‌ها حضوری پررنگ و متعهدانه دارد. نمایندگان ما نه تنها بازار محلی را می‌شناسند بلکه در سخت‌ترین شرایط هم پای برند ایستاده‌اند.

نقاط قوت ما تعهد بالای نمایندگان فعال، انعطاف‌پذیری در ارائه محصولات متنوع و حرکت‌های اولیه در مسیر دیجیتال‌سازی از طریق CRM و سامانه سرم من برای توسعه فروش آنلاین و ارائه خدمات مشتری‌گرایانه است.

اما چالش‌ها هم کم نیست: تفاوت سطح مهارت‌های فنی و دانشی نمایندگان و به تبع آن تفاوت نیازهای آموزشی، وابستگی به روش‌های فروش سنتی، و پوشش ناکافی در برخی مناطق کمتر توسعه‌یافته. به همین دلیل، در حال طراحی برنامه‌های جامع آموزش، بازاریابی دیجیتال و توسعه بازارهای بکر هستیم تا این فاصله‌ها به سرعت پر شوند.



فرایند جذب شامل مصاحبه‌های تخصصی، ارزیابی مهارت و حتی دوره‌های آزمایشی است تا اطمینان حاصل کنیم نماینده با چشم‌انداز دیجیتال و توسعه‌محور سرمد همسو است.

### برنامه شما برای توسعه شبکه در بازارهای کمتر پوشش داده شده چیست و چه ابزارهایی برای نفوذ سریع‌تر دارید؟

ما سه محور اصلی داریم:

- **تحلیل داده‌محور:** شناسایی مناطق بکر با پتانسیل بالا.
- **جذب استعداد های محلی:** افرادی که فرهنگ و نیازهای بیمه‌ای مناطق موردنظر را درک می‌کنند.
- **دیجیتال سازی:** توسعه ابزارهای نگهداشت مشتریان مانند باشگاه مشتریان، توسعه سامانه سرمد من در حوزه صدور آنلاین و خدمات یکپارچه و بازاریابی هدفمند بر مبنای ماتریس محصول-نیاز.

علاوه بر این، امتیازات ویژه و محصولات متناسب با بازارهای نوظهور یا کمتر پوشش داده شده مانند بیمه کسب و کارهای کوچک (SME) در حال طراحی است تا سرعت توسعه سریع‌تر شود.

### نقش ابزارهای دیجیتال در کار روزمره نمایندگان چگونه است؟

ابزارهای دیجیتال امروز قلب تپنده شبکه نمایندگی ما هستند. به‌زودی «سرمد من» را که برای مدیریت بهتر ارتباط با مشتریان و صدور سریع بیمه‌نامه‌های آنلاین است به‌صورت یک میز کار اختصاصی در اختیار نمایندگان قرار خواهیم داد. با این کار همه‌چیز در خدمت افزایش فروش و بهبود کیفیت خدمات قرار خواهند گرفت.

### چه برنامه‌هایی برای تسهیل فروش آنلاین و ترکیب فعالیت دیجیتال با فروش حضوری نمایندگی‌ها دارید؟

ما پلتفرم آنلاین صدور بیمه‌نامه (سرمد من) را راه‌اندازی کرده‌ایم و در کنار آن به‌زودی کمپین‌های دیجیتال گسترده‌ای را برای جذب سرنخ‌های جدید (مشتریان بالقوه) شروع خواهیم نمود. این سرنخ‌ها به نمایندگان داده می‌شوند تا با ترکیب داده‌های دیجیتال و ارتباط انسانی، چرخه بازاریابی و فروش تکمیل شود.

### سیستم کنونی انگیزشی و کمیسیون چگونه طراحی شده و چه تغییراتی برای همخوانی با اهداف رشد و حفظ کیفیت در نظر دارید؟

علاوه بر حجم فروش، شاخص‌های کیفی مثل رضایت مشتری و نرخ تمدید بیمه‌نامه هم وارد سیستم کمیسیون می‌شود. این یعنی نماینده‌ای که مشتری راضی و وفادار داشته باشد، امتیاز بالاتری می‌گیرد. جوایز شامل پاداش نقدی، آموزش‌های مهارتی و حتی سفرهای تشویقی برای نمایندگان برتر خواهد بود.

### چه برنامه‌های آموزشی مستمر و مسیرهای توسعه حرفه‌ای برای نمایندگان تعریف شده است؟ چگونه تضمین می‌کنید آنچه آموزش می‌دهید در عمل اجرا شود؟

ما یک نقشه راه یادگیری طراحی کرده‌ایم: برگزاری آزمون‌های سطح‌سنجی تا دوره‌های مقدماتی بیمه‌ای و برگزاری کارگاه‌های مهارت فروش، بازاریابی دیجیتال و مدیریت مشتری. این آموزش‌ها به‌صورت حضوری، آنلاین و حتی از طریق زیرساخت‌های آموزشی بیمه سرمد ارائه خواهد شد. برای اجرای واقعی آموزش‌ها، از KPI های عملکردی، مربیان اختصاصی و بازخوردهای میدانی استفاده می‌کنیم. نمایندگان با ارتقای مهارت، می‌توانند به سطوح بالاتر شغلی و مزایای بیشتر برسند.

### آیا برنامه مربیگری، ارزیابی مهارت یا گواهی تخصصی برای نمایندگان دارید یا در نظر دارید؟ جزئیاتش چیست؟

بله، برنامه مربیگری (Mentorship) برای نمایندگان در حال طراحی است. این برنامه شامل جلسات منظم با مربیان باتجربه برای انتقال دانش عملی و رفع چالش‌های روزمره است. همچنین، یک سیستم ارزیابی مهارت بر اساس شاخص‌هایی مانند نرخ تبدیل فروش، رضایت مشتری، و تسلط بر ابزارهای دیجیتال در حال پیاده‌سازی است.

گواهی‌های تخصصی نیز برای نمایندگان در نظر گرفته شده که پس از تکمیل دوره‌های آموزشی و قبولی در آزمون‌های استاندارد اعطا می‌شود. این گواهی‌ها در سه سطح (مبتدی، حرفه‌ای، و خبره) طراحی شده‌اند و به نمایندگان کمک می‌کنند تا اعتبار حرفه‌ای خود را ارتقا دهند.

نمایندگان ما با پیگیری سریع، صدور دقیق و مشاوره شخصی‌سازی‌شده، اعتماد می‌سازند. شاخص‌هایی مثل زمان پاسخگویی، نرخ تمدید و میزان رضایت مشتری به‌طور دوره‌ای سنجیده و نتایج به نمایندگان اعلام می‌شود تا کیفیت همیشه در مسیر ارتقا باشد.

### 🔑 مهم‌ترین KPIهای شما برای ارزیابی نمایندگان کدام‌اند و چه بازه زمانی برای بازنگری عملکرد در نظر گرفته می‌شود؟

حجم فروش ماهانه، نرخ تبدیل سرخ‌ها (تلاش‌های بازاریابی)، میزان رضایت مشتری، نرخ تمدید بیمه‌نامه‌ها، سطح فعالیت دیجیتال، داشتن دفاتر نمایندگی مرتب به‌عنوان سفیر برند بیمه سرمد و نداشتن تخلفات اداری و انضباطی. بازنگری این شاخص‌ها به‌صورت ماهانه انجام می‌شود و هر فصل گزارش کامل عملکرد ارائه خواهد شد.

### 🔑 در مواجهه با تخلفات یا عملکرد ضعیف نمایندگان، فرایند اصلاح یا قطع همکاری چگونه است؟

اول آموزش و بازخورد، بعد دوره آزمایشی بهبود عملکرد، و در صورت لزوم، اخطار رسمی یا تعلیق. تخلفات جدی مثل نقض اصول اخلاقی یا قوانین بیمه می‌تواند منجر به قطع همکاری شود که این مباحث مطابق آیین‌نامه ۱۰۶ دیده شده است.

### 🔑 مهم‌ترین چالش‌های روزمره نمایندگان در بازار فعلی چیست و برنامه عملی شما برای رفع این چالش‌ها چیست؟

- رقابت فشرده بازار و نرخ‌شکنی‌های متعدد رقبا،
- کمبود آگاهی مشتریان از مزایای بیمه،
- دشواری در استفاده از ابزارهای دیجیتال

برای رفع این چالش‌ها، کمپین‌های آگاهی‌بخشی، آموزش مهارت‌های دیجیتال، و ساده‌سازی پلتفرم‌ها در حال اجراست.

### 🔑 پیام نهایی شما به نمایندگان برای ترغیب به حرکت جمعی در مسیر جهش سازمانی چیست؟

نمایندگان عزیز، شما شریان رشد سرمد هستید. با تعهد، نوآوری و استفاده هوشمندانه از فناوری، می‌توانیم سرمد را به برندی توانمند و مطمئن برای انتخاب مشتریان در ایران تبدیل کنیم. این مسیر را با هم و برای هم می‌سازیم؛ موفقیت شما، موفقیت سرمد است.



### 🔑 چگونه بین افزایش فروش و حفظ کیفیت صدور و خدمات توازن برقرار می‌کنید تا نماینده فقط به فکر نرخ فروش نباشد؟

برای ایجاد توازن، شاخص‌های کیفی مانند نرخ رضایت مشتری، دقت در صدور بیمه‌نامه، و نرخ تمدید در ارزیابی عملکرد نمایندگان گنجانده شده است. آموزش‌های مستمر بر اهمیت ارائه مشاوره حرفه‌ای به‌جای فروش صرف تأکید دارند. همچنین، سیستم‌های نظارتی مانند بازبینی تصادفی بیمه‌نامه‌ها و بازخوردهای مشتریان به شناسایی مشکلات کیفی کمک می‌کنند. پاداش‌های مبتنی بر کیفیت خدمات نیز نمایندگان را تشویق می‌کند تا به تجربه مشتری اولویت دهند.

### 🔑 نمایندگان چگونه در ارتقای تجربه مشتری و وفاداری نقش آفرینی می‌کنند؟ چه استانداردهای خدمات و شاخص‌هایی برای سنجش کیفیت تعریف شده؟



## روایت ۴ شعبه برتر



هانیس عسگری

مدیر شعبه استان گلستان

از تاریخ ۱ فروردین ۱۴۰۳، مسئولیت مدیریت شعبه به اینجانب واگذار شد. در این مدت، با همراهی ارزشمند همکاران و نمایندگان پرتلاش توانستیم دستاوردهای چشمگیری را رقم بزنیم.

از مهم‌ترین موفقیت‌های سال گذشته می‌توان به این موارد اشاره کرد: تحقق بودجه عادی و طلایی شعبه با ۱۳۸ درصد تحقق بودجه؛ پرداخت به موقع خسارات زیان دیدگان؛ ایجاد امنیت خاطر برای نمایندگان در فروش بیمه‌نامه‌ها؛ افزایش تعداد نمایندگان جنرال در سطح استان؛ انعقاد قرارداد با سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ استانی پس از سال‌ها فقدان همکاری‌های استانی.

پیش از این، در استان گلستان هیچ‌گونه قرارداد عمده‌ای با ارگان‌ها و شرکت‌های بزرگ وجود نداشت. با پیگیری‌های مستمر، برگزاری جلسات مکرر و تعامل سازنده با مدیران دستگاه‌های مختلف، موفق شدیم اعتماد مجموعه‌های بزرگ را جلب کرده و امروز چندین قرارداد مهم با سازمان‌ها و شرکت‌های معتبر منعقد کنیم. این دستاوردها حاصل تلاش جمعی، برنامه‌ریزی منسجم و همدلی میان اعضای مجموعه است.

بی‌تردید دستیابی به این نتایج بدون حمایت و راهنمایی مدیران ارشد امکان‌پذیر نبود. در همین راستا، لازم می‌دانم از جناب آقای بزرگ‌زاده، معاونت محترم بازاریابی و شبکه فروش و جناب آقای فرش‌باف، مدیر محترم امور شعب و نمایندگان صمیمانه قدردانی نمایم. همراهی و پشتیبانی مؤثر ایشان نقش ارزشمندی در موفقیت‌های اخیر شعبه ایفا کرده است.

در پایان باید گفت: اعتماد، صداقت و مسئولیت‌پذیری، ستون‌های اصلی هر پیشرفت پایدار هستند؛ و همین ارزش‌ها مسیر آینده شعبه بیمه سرمد گلستان را روشن و مطمئن می‌سازند.



مجید هاتفی اردکانی

مدیر شعبه شرق تهران

با بررسی کارشناسانه و دقیق طی ادوار گذشته سرپرستی شرق به‌عنوان یکی از برترین شعبات از نظر نسبت خسارت، ترکیب پرتفو و همچنین با تمرکز بر فروش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری سهم اعظم فروش بیمه‌های زندگی بیمه سرمد را با پایین‌ترین نسبت خسارت در اختیار دارد.

بر خود لازم می‌دانم از حمایت‌های همه‌جانبه مدیران عالی و فنی به‌خصوص معاونت محترم بازاریابی و شبکه فروش جناب آقای بزرگ‌زاده خال‌آبادی و مدیر محترم شعب و شبکه فروش جناب آقای فرش‌باف ماهریان که با برنامه‌ریزی دقیق و مدبرانه در تحقق پرتفوی پیش‌بینی‌شده، کنترل نسبت خسارت و جذب نمایندگان و کارگزاران نقش به‌سزایی ایفا نمودند تشکر و قدردانی نمایم.

با همدلی، تلاش و کوشش تمامی همکاران شعبه، نمایندگان و حمایت مدیران خوش‌بختانه تمامی اهداف شعبه محقق گردید که رشته عمر و سرمایه‌گذاری سهم قابل‌توجهی از این مهم را دربرمی‌گیرد.

همچنین با برنامه‌ریزی دقیق و مدون جهت جذب پرتفو متوازن، منطقی و ارزش‌آفرین همراه با دعوت و همکاری با نمایندگان و کارگزاران فعال ضمن نفوذ به بازار بیمه نسبت به تحقق پرتفوی پیش‌بینی‌شده همراه با ارزیابی صحیح و منطقی ریسک و فروش بیشتر تلاش خواهیم کرد.

در پایان، ضمن تشکر از نمایندگان زحمتکش و پرتلاش شعبه شرق و پشتیبانی مدیریت‌های محترم ستادی امیدوارم به لطف خدا و همت پرسنل شعبه و نمایندگان و مجموعه بیمه سرمد همانند سال گذشته بتوانیم در راستای سربلندی و سرآمدی بیمه سرمد گام برداریم.





**معصومه عاشوری**  
مدیر شعبه استان اردبیل

بازار بیمه پر از رقابت است و شرایط اقتصادی هم چالش‌های خودش را دارد. اما باور داشتیم که اگر کنار هم باشیم، می‌توانیم هر مانعی را پشت سر بگذاریم.

اگر امروز در این جایگاه ایستاده‌ایم، به خاطر اعتماد همشهریان است. مشتریان ما فقط خریدار بیمه‌نامه نیستند؛ آن‌ها همراهان ما در این مسیرند. هر لبخند رضایت آن‌ها، انگیزه‌ای تازه برای ادامه راه به ما می‌دهد. ما به آینده خوش‌بین هستیم و با تلاش مضاعف و همدلی کیفیت پاسخگویی را ارتقا داده و می‌خواهیم سهم بیشتری در بازار بیمه استان داشته باشیم.

هدف ما بلکه ساختن تجربه‌ای متفاوت برای مشتریان است. در مسیر تعالی و رشد سازمانی، شعبه اردبیل مفتخر است به‌عنوان یکی از شعب برتر شرکت مطرح شود که این موفقیت حاصل تلاش‌های مستمر، همدلی تیمی و تعهد بی‌وقفه به ارزش‌های سازمانی است. تمرکز بر کیفیت خدمات و تسریع انجام امور یکی از شاخص‌ترین اولویت‌های کاری این شعبه بوده و هست که هر فرد به نوبه خود نقش کلیدی در تحقق اهداف ایفا می‌کند.

مسئولیت‌پذیری، احترام به مشتری و همکاران، ستون‌های فرهنگ کاری هستند که در این شعبه سرلوحه کار قرار گرفته‌اند. کسب این رتبه نه پایان راه بلکه آغازی برای حرکت به‌سوی اهداف بالاتر و بیشتر است. ما با انگیزه مضاعف در مسیر توسعه پایدار و ارتقای سطح خدمات گام برخواهیم داشت.



**مهدی حاجی حسینی**  
مدیر شعبه استان خراسان رضوی

شعبه مشهد بیمه سرمد با کمک و مساعدت همه ارکان ستادی شرکت، همکاران شعبه و ۴۵ نماینده حقیقی و تعدادی از کارگزاران استان و با نگاه ویژه به فروش بیمه‌های خرد، فروش ترکیبی محصولات بیمه‌ای، ورود به بازارهای کم‌ریسک، عدم جذب پرتفو با هر شرایط و حق بیمه‌ای و همچنین ارتباط سازنده و همکاری خوب با مدیریت شعب بانک صادرات استان خراسان رضوی و توجه ویژه به خدمات پس از فروش با رویکرد همراهی با مشتری، زیان‌دیده و نماینده در زمان خسارت توانسته‌ایم در ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۴ عملکرد خوبی در رشته‌های ثالث موتورسیکلت‌های صفر کیلومتر، ثالث خودروهای ترانزیت، حوادث، مسئولیت، متصدیان حمل و نقل داخلی و بین‌المللی، عبور داخلی و خارجی کالا، عیوب اساسی و پنهان ساختمان و عمر مانده بدهکار داشته باشیم.

در ادامه پیشنهاداتی به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

۱. بهبود تعامل و هماهنگی بین‌بخشی در ستاد شرکت
۲. همراهی بیشتر ستاد با شعبی که فعالیت بیشتر و دارای ظرفیت فنی و پتانسیل فروش می‌باشند.
۳. تدوین برنامه آموزش تخصصی در حوزه‌های فنی و بازاریابی پرسنل و شبکه فروش
۴. ساماندهی زمان پرداخت مطالبات مراکز درمانی طرف قرارداد
۵. توجه به فروش الکترونیکی و راه‌اندازی پنل فروش آنلاین برای هر نماینده

در پایان جا دارد از اعضای محترم هیئت‌مدیره، مدیرعامل محترم، معاونین و مدیران حوزه ستادی بابت حمایت و مساعدت‌های انجام‌شده با شعبه مشهد تشکر و قدردانی داشته باشم و امیدواریم بتوانیم با تلاش بیشتر، عملکرد مطلوبی را در سال ۱۴۰۴ برای شرکت معزز بیمه سرمد رقم بزنیم.

# نبض سرمد



## نشریه



- نشست هم‌اندیشی مدیرعامل و اعضای محترم هیئت‌مدیره با معاونان و مدیران ستادی بیمه سرمد  
زمان جهش:  
حرکت به‌سوی تعالی با تکیه بر نوآوری و فناوری
- جشن همدلی و نشاط  
روایتی از فستیوال ورزشی سرآمدان
- نیم‌نگاهی به نیم‌سال اول  
مهم‌ترین رخدادها و دستاوردهای شش‌ماه گذشته

«نبض سرمد» نگاهی موجز به حال و جهت حرکت سازمان است: از نشست هم‌اندیشی هیئت‌مدیره با معاونان و مدیران ستادی که چشم‌انداز راهبردی و تلاش برای حرکت به‌سوی تعالی را شکل می‌دهد، تا تأکید بر نوآوری و فناوری به‌عنوان پیشران تعالی. در ادامه، جشن همدلی و روایت فستیوال ورزشی سرآمدان تصویرگر انرژی و انسجام سازمانی‌اند. و در پایان، نیم‌نگاهی کوتاه به نیم‌سال اول و مرور مهم‌ترین رخدادها و دستاوردها، خواننده را با دستاوردهای عملی و مسیر آتی سرمد آشنا می‌کند.

## زمان جهش: حرکت به سوی تعالی

با تکیه بر نوآوری و فناوری

برنامه‌های عملیاتی و عملکرد معاونت‌ها و مدیریت‌های مختلف پرداخت و درصد تحقق برنامه‌ها، مهم‌ترین دستاوردها و نقاط قوت هر حوزه را بازخوانی کرد. او ضمن تأکید بر ضرورت بهبود فرایندها و هم‌افزایی میان واحدها، بر رویکرد نتیجه‌محور به‌عنوان کلید دستیابی به اهداف کلان شرکت تأکید نمود. در پی این گزارش، مدیران ستادی اقدامات انجام‌شده در شش‌ماهه نخست سال، پروژه‌های جاری و برنامه‌های آتی حوزه‌های تحت مدیریت خود را تشریح کردند و اولویت‌های عملیاتی برای نیم‌سال دوم را اعلام نمودند. اعضای هیئت‌مدیره نیز در ادامه با ارائه رهنمودهای راهبردی، لزوم برنامه‌ریزی هدفمند و نگاه آینده‌نگر را یادآور شدند. ایشان با اشاره به

در آستانه هفدهم ربیع‌الاول و ولادت باسعادت حضرت محمد مصطفی(ص) و امام جعفر صادق(ع)، نشست هم‌اندیشی مدیرعامل و اعضای هیئت‌مدیره با معاونان و مدیران ستادی بیمه سرمد برگزار شد. هدف این جلسه مرور دستاوردهای سال گذشته، بررسی چالش‌های پیش‌رو، و تبیین برنامه‌های راهبردی برای آینده عنوان شد و فرصت ثمربخشی برای تبادل نظر مستقیم میان مدیران ارشد و میانی فراهم آورد تا راهکارهای عملیاتی و مؤثر برای شتاب‌بخشی به مسیر رشد و تعالی شرکت موردبحث قرار گیرد. جلسه با ارائه گزارشی دوبخشی از سوی محمدمهدی کشاورزیان، معاون برنامه‌ریزی و توسعه، آغاز شد. کشاورزیان در بخش نخست به تشریح







بازده سریع، بازطراحی فرایندهای عملیاتی برای کاهش بیهوده‌کاری و افزایش سرعت پاسخ‌دهی، اجرای برنامه‌های آموزشی و انگیزشی برای شبکه فروش و نمایندگان و تدوین شاخص‌های عملکردی مشترک بین واحدها برای سنجش میزان هم‌افزایی تأکید داشت.

این نشست هم‌اندیشی نشان داد که تصمیم‌سازی مشارکتی و نگاه راهبردی به تحول سازمانی می‌تواند زمینه‌ساز تبدیل ظرفیت‌های موجود به نتایج ملموس باشد. همچنین جلسه بر لزوم تبدیل توصیه‌ها به برنامه‌های اجرایی کوتاه‌مدت و میان‌مدت تأکید نمود تا فرصت‌های موجود، به‌ویژه در حوزه فناوری و توسعه محصول، به نتایج عملی و پایدار تبدیل شوند. راهبردهای مطرح‌شده باید توسط معاونت‌ها در دستور کار اجرایی قرار گیرند و با نظارت مستمر هیئت‌مدیره و تیم مدیریت پیگیری شوند.

**نشست یادآور این واقعیت بود که جهش سازمانی تنها از مسیر هماهنگی درونی، نوآوری مستمر و تمرکز بر تجربه مشتری میسر خواهد شد. بیمه سرمد اکنون در نقطه‌ای قرار گرفته که با اراده جمعی، سرمایه‌گذاری هوشمند و اجرای منظم برنامه‌ها می‌تواند گام‌های بلندی در جهت ارتقای جایگاه خود در صنعت بردارد.**

تغییرات و تحولات صنعت بیمه تأکید کردند که همگرایی میان واحدها، ارتقای کیفیت خدمات و توسعه محصولات نوین متناسب با نیازهای مشتریان باید در مرکز توجه قرار گیرد. آقایان امینیان، زاهدنیا، پورکاظمی و دلروز از جمله توصیه‌های خود را به سرمایه‌گذاری ویژه در زیرساخت‌های فناورانه، تقویت شبکه فروش و گسترش سهم بیمه سرمد در بازار رقابتی معطوف کردند تا مسیر تحقق اهداف کلان شرکت با انسجام، شتاب و دقت بیشتری دنبال شود.

بهشتی‌نژاد، مدیرعامل شرکت، در بخش سخنرانی خود، با تأکید بر اینکه «اکنون زمان جهش و حرکت سریع‌تر در مسیر تعالی فرارسیده است»، خواستار همدلی، همکاری همه‌جانبه و اتحاد در سراسر مجموعه شد. او فناوری را نیروی محرکه تحول خواند و بر ضرورت برداشتن گام‌های جدی در حوزه‌های هوش مصنوعی، توسعه خدمات الکترونیک و فروش آنلاین اشاره کرد تا شرکت بتواند متناسب با نیازهای روز بازار حرکت کرده و جایگاه خود را در صنعت ارتقا دهد. مدیرعامل همچنین بر حفظ انگیزه کارکنان، تقویت همکاری میان واحدها و حرکت در مسیر نوآوری و بهره‌وری پایدار تأکید داشت و موفقیت سازمان را منوط به تلاش هماهنگ، برنامه‌ریزی دقیق و نگاه نتیجه‌محور همه اعضای شرکت دانست.

نشست علاوه بر برجسته‌سازی نقاط قوت عملیاتی شرکت، چالش‌های کلیدی را نیز روشن ساخت؛ از جمله نیاز به بازنگری و بهبود فرایندها، تقویت هم‌افزایی بین واحدها و تخصیص هدفمند منابع به اولویت‌های استراتژیک. پیشنهادات عملی مطرح‌شده در جلسه بر اجرای پروژه‌های فناورانه با

## روایتی از فستیوال ورزشی «سرآمدان»

همکار دیگرمان که در مسابقه فوتبال دستی حضور داشت نیز اضافه می‌کند: «ما معمولاً پشت میزهای کاری کنار هم می‌نشینیم، اما این بار پشت میز فوتبال دستی رقیب هم بودیم! همین تغییر فضا باعث شد روابط کاری مان صمیمی‌تر شود».

فستیوال ورزشی «سرآمدان» تنها یک رویداد ورزشی نبود، فرصتی بود برای تقویت ارتباطات، ارتقای روحیه تیمی و ترویج سبک زندگی سالم. بسیاری از شرکت‌کنندگان معتقد بودند که این تجربه، تصویری متفاوت از همکاری و تعامل سازمانی ایجاد کرده است.

یکی دیگر از شرکت‌کنندگان در پایان مراسم گفت: «این فستیوال به من یادآوری کرد که شرکت ما فقط به کار حرفه‌ای فکر نمی‌کند، بلکه به نشاط و سلامت کارکنان هم اهمیت ویژه می‌دهد».

هوای متفاوتی در ستاد مرکزی و شعب تهران بیمه سرمد جریان داشت؛ بیش از ۱۰۰ نفر از همکاران در کنار هم جمع شدند تا در اولین فستیوال ورزشی سرآمدان، شور و هیجان رقابت را با نشاط و همدلی بیامیزند. این فستیوال در دو بخش آقایان و بانوان برگزار شد و رشته‌های متنوعی از تنیس روی میز و فوتبال دستی گرفته تا شطرنج، دарт، بازی فیفا (PS5) و حتی گل یا پوچ را دربرمی‌گرفت. بازی‌هایی که هم یادآور رقابت‌های حرفه‌ای بودند و هم خاطرات شیرین دوران کودکی را زنده کردند. یکی از شرکت‌کنندگان در رشته دارت می‌گوید: «فضای رقابتی بسیار دوستانه بود. حتی بیشتر از برد و باخت، همین هم‌نشینی و صمیمیتی که میان همکاران ایجاد شد برایم ارزشمند بود».







با توجه به استقبال گسترده مدیران و کارکنان، این رویداد ورزشی به یکی از برنامه‌های برجسته تقویم سالانه شرکت بیمه سرمد تبدیل شده و نشان داده است که توجه به سلامت جسمی و روانی کارکنان، همسو با اهداف حرفه‌ای سازمان، می‌تواند بازتابی مثبت در فضای کاری ایجاد کند.



# مهم‌ترین رخدادها و دستاوردهای شش ماه گذشته

بازاریابی و شبکه فروش، کارگاه آموزشی با عنوان آینده‌پژوهی بیمه‌های زندگی در ایران و تقدیر از کاشفان تخلف بیمه‌ای و صحنه‌سازی صوری برگزار شد.

## قدردانی از زحمات پزشکان شرکت به مناسبت روز پزشک

به مناسبت یکم شهریورماه، روز پزشک، گرشاسبی معاون فنی بیمه‌های اشخاص به‌همراه عظیمی سرپرست مدیریت بیمه‌های درمان، عمر و حادثه، زارعی مدیر روابط عمومی و تنی چند از کارکنان مدیریت درمان بیمه سرمد ضمن دیدار با پزشکان مستقر در شرکت و تبریک این روز، از زحمات آنها در بهبود ارائه خدمات تقدیر و تشکر نمودند.

گرشاسبی در این دیدار صمیمانه ضمن قدردانی از تلاش‌ها و خدمات مستمر پزشکان در راستای ارتقای جایگاه سلامت و ارائه خدمات باکیفیت گفت: دقت، مسئولیت‌پذیری و تخصص شما در بررسی و رسیدگی به امور درمانی بیمه‌شدگان، نقش مهمی در صیانت از حقوق مشتریان و اعتماد بیمه‌گزاران ایفا می‌کنند.

## هدیه‌ای برای زمین؛ اقدام محیط‌زیستی بیمه سرمد

به مناسبت هفته محیط‌زیست و با هدف ترویج فرهنگ حفاظت از محیط زیست و در راستای انجام مسئولیت اجتماعی، شرکت بیمه سرمد اقدام به توزیع بسته‌های هدیه سبز بین مشتریان، بیمه‌گزاران و جمعی از علاقه‌مندان به محیط‌زیست کرد.

بیمه سرمد همواره خود را متعهد به توسعه پایدار و حمایت از محیط زیست می‌داند و در این مسیر با اجرای برنامه‌هایی همچون کاهش مصرف کاغذ در فرایندهای اداری و فرهنگ‌سازی استفاده از کیسه‌های پارچه‌ای، بذره‌های گیاهان بومی و بروشورهای آموزشی زیست‌محیطی بخشی از تعهد خود را برای ارتقای آگاهی عمومی و گسترش فرهنگ سبز ایفا نموده است.

## پرسنل بیمه سرمد دست به دست هم دادند تا زندگی ببخشند

در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی و ترویج فرهنگ انسان‌دوستی، سالن جلسات بیمه سرمد در یازدهم شهریور ۱۴۰۴ رنگ و بوی زندگی گرفت و پرسنل شرکت با کنار گذاشتن مشغله‌های روزمره، آستین‌ها را بالا زدند تا با اهدای خون، سهمی در نجات جان بیماران ایفا کنند. این برنامه با

## مجمع عمومی عادی سالیانه صاحبان سهام بیمه سرمد برگزار شد؛ گام بلند بیمه سرمد، خروج از زیان و ورود به توسعه

در مجمع عمومی عادی سالیانه صاحبان سهام شرکت بیمه سرمد (سهامی عام) که صبح روز ۲۹ تیرماه با مشارکت ۸۸/۸۰ درصدی سهامداران در محل سالن اجتماعات فرهنگسرای اندیشه برگزار شد، صورت‌های مالی سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ۱۴۰۳ مورد بررسی و تصویب قرار گرفت.

براساس صورت‌های مالی مصوب، شرکت موفق به ثبت سود خالص ۳هزار و ۱۷۹میلیارد ریالی شد و پس از سه سال از زیان انباشته سال ۱۴۰۰ خارج و علاوه بر پوشش کامل زیان گذشته موفق به کسب سود انباشته ۸۷۹میلیارد ریالی گردید که این مهم نقطه‌عطفی در عملکرد مالی شرکت محسوب می‌شود و آغازگر فصل شکوفایی و توسعه سرمد خواهد بود.

سیدمحمد مهدی بهشتی‌نژاد، مدیرعامل بیمه سرمد در این جلسه به ارائه گزارش جامعی از عملکرد شرکت در حوزه‌های مختلف پرداخت و مأموریت اصلی شرکت را ارائه خدمات بیمه‌ای سریع و باکیفیت به مشتریان برشمرد و تأکید کرد: «تلاش جمعی و تخصص سرمایه‌های انسانی دلسوز، زمینه‌ساز موفقیت و پیشرفت پایدار شرکت بوده است.»

مدیرعامل بیمه سرمد در ادامه با اشاره به برنامه‌های توسعه‌ای شرکت، از ضرورت افزایش سرمایه و لزوم رساندن سرمایه شرکت به مبلغ ۱/۴۰۰میلیارد تومان خبر داد و افزود: براساس توافقات صورت‌گرفته پیشنهاد شد سهامداران حقوقی طی دو مرحله و از محل آورده نقدی، حداقل سرمایه مورد نیاز برای افزایش سرمایه را تأمین نمایند که این امر با رعایت کامل ملاحظات بیمه مرکزی و سازمان بورس و اوراق بهادار انجام خواهد شد.

## برگزاری همایش سراسری مدیران ستادی و شعب بیمه سرمد

### در مشهد مقدس

همایش سراسری مدیران ستادی و شعب بیمه سرمد در تاریخ سوم و چهارم اردیبهشت ماه ۱۴۰۴ در مشهد مقدس برگزار شد.

از جمله برنامه‌های این همایش، تقدیر از مدیر شعب بانک صادرات استان خراسان رضوی به‌جهت کسب رتبه نخست صدور بیمه عمر مانده بدهکار توسط شعب بانک صادرات استان خراسان رضوی، تقدیر از شعب برتر بیمه سرمد، پنل‌های اختصاصی بیمه‌های اموال و مسئولیت، معاونت برنامه‌ریزی و توسعه، معاونت مالی و سرمایه‌گذاری، معاونت بیمه‌های زندگی، معاونت

## بیمه عمر مانده بدهکار و مرهونات مشتریان، ابزاری مؤثر در پوشش ریسک‌های اعتباری بانک صادرات ایران

امیر مهدی امینیان رئیس هیئت‌مدیره شرکت بیمه سرم در سفر به استان خراسان رضوی در راستای گسترش همکاری‌های مشترک و ارتقای تعاملات در حوزه خدمات بیمه‌ای، با محمد احمدی‌زاده مدیر شعب بانک صادرات استان خراسان رضوی دیدار و گفت‌وگو کرد.

رئیس هیئت‌مدیره بیمه سرم در این دیدار با اشاره به نقش کلیدی بیمه‌های عمر مانده بدهکار و مرهونات مشتریان به‌عنوان ابزاری مؤثر در پوشش ریسک‌های اعتباری بانک صادرات ایران، بر لزوم طراحی فرایندهای ساده و شفاف در شعب بانک برای راهنمایی مشتریان در این زمینه تأکید کرد. وی همچنین خواستار حضور نماینده بیمه سرم در جلسات بازاریابی بانک به‌منظور ارائه خدمات کامل بیمه‌ای به مشتریان بانک شد.

## مهر تأیید ممیزان ISO برای تمدید گواهی‌نامه‌های سیستم مدیریت کیفیت بیمه سرم

عملیات ممیزی به‌منظور پایش و ارزیابی عملکرد شرکت بیمه سرم برای تمدید گواهی‌نامه‌های سیستم مدیریت کیفیت، پس از ۲ روز پایش با جواب مثبت ممیزان به پایان رسید. در این ممیزی که توسط تیم ممیزان شرکت پایش ارزیابی انطباق ایران (TUV Austria) انجام شد، فرایندهای مختلف شرکت بیمه سرم از جمله صدور، خسارت، پشتیبانی، امور مشتریان، منابع انسانی، فناوری اطلاعات و سایر بخش‌های کلیدی مورد بررسی دقیق قرار گرفت و شرکت بیمه سرم موفق به تمدید اعتبار گواهی‌نامه‌های سیستم‌های مدیریت کیفیت شامل ISO 9001:2015، ISO 10003:2018، ISO 10002:2018 و ISO 10002:2015 و ISO 10004:2018 گردید.

## رونمایی از سند تجربه مشتری بیمه سرم

به همت مدیریت ارتباط با ذی‌نفعان شرکت، هم‌زمان با همایش سراسری مدیران ستادی و شعب بیمه سرم در مشهد مقدس، در راستای توجه مضاعف و اکرام مشتری، سند تجربه مشتری بیمه سرم با حضور مدیرعامل، اعضای هیئت‌مدیره و مدیران ستادی و شعب شرکت رونمایی شد.

بیمه سرم در قالب سند تجربه مشتری به‌دنبال شناسایی نقاط تماس و مدیریت انواع تعاملات با مشتری است تا بتواند در هر مرحله تجربه‌ای لذت‌بخش و عاری از خطا برای مشتری بسازد و به تبع آن نارضایتی را کاهش داده و وفاداری مشتریان را افزایش دهند. به این صورت که پیکربندی سفر مشتری، راه‌حل‌های بالقوه و بالفعل برای توسعه بازار و رشد درآمد شرکت بیمه در این سند شناسایی شده و اقدامات احتمالی پیش‌بینی می‌گردد. این سند با استانداردسازی اقدامات و بهره‌گیری فعالانه‌تر از فناوری اطلاعات، به‌دنبال بهینه‌سازی و رشد سهم بازار و رضایت مشتریان است.

حضور تیم تخصصی سازمان انتقال خون برگزار شد و فضایی پر از همدلی و نوع‌دوستی را در میان پرسنل رقم زد. استقبال گرم کارکنان نشان داد که مسئولیت اجتماعی فقط یک شعار نیست، بلکه فرهنگی زنده در شرکت بیمه سرم است.

## بیمه سرم در مسیر عشق، در کنار جاماندگان اربعین حسینی

در اربعین امام حسین(ع) و در آیین باشکوه راهپیمایی «جاماندگان اربعین حسینی» در تهران، بیمه سرم در موبک بانک صادرات ایران در مسیر حرکت جاماندگان سفر اربعین حسینی از میدان امام حسین(ع) تا حرم مطهر حضرت عبدالعظیم حسنی(ع)، افتخار خدمت‌رسانی به عاشقان سیدالشهدا(ع) را داشت. به امید قبولی این خدمت کوچک در درگاه حضرت حق و عنایت خاصه امام حسین(ع).

## خدمت‌رسانی بی‌وقفه بیمه سرم در روزهای بحران و پرداخت خسارت بدون کسر فرانشیز در کوتاه‌ترین زمان ممکن برای آسیب دیدگان جنگ تحمیلی ۱۲روزه

در جریان حملات ۱۲روزه رژیم صهیونیستی، معاون بازاریابی و شبکه فروش بیمه سرم به‌همراه مدیران ارشد شرکت، در سلسله بازدیدهای میدانی از شعب تهران، روند خدمت‌رسانی و پرداخت خسارت به بیمه‌گزاران را به‌صورت مستمر و حضوری مورد بررسی و ارزیابی قرار دادند.

در این بازدیدها، به‌ویژه نحوه پرداخت خسارت با دقت مورد ارزیابی قرار گرفت تا اطمینان حاصل شود مشتریان در کوتاه‌ترین زمان ممکن خدمات لازم را دریافت می‌کنند.

از نکات برجسته این بازدیدها، تأکید بر استمرار خدمت‌رسانی در شرایط بحرانی به‌ویژه در روزهای اخیر و ارائه خدمات بی‌وقفه در تمامی شعب بیمه سرم بوده است.

## اعتماد مجدد بانک صادرات ایران به بیمه سرم به دنبال رضایتمندی از خدمات بیمه‌ای

شرکت بیمه سرم با افتخار اعلام می‌دارد در ادامه همکاری‌های موفق خود با نهادهای مالی کشور، قرارداد ارائه خدمات بیمه‌ای با کارکنان بانک صادرات ایران را برای دوره جدید تمدید کرد.

این همکاری در راستای تأمین امنیت خاطر و ارائه خدمات جامع بیمه‌ای شامل پوشش‌های متنوع بیمه درمان تکمیلی برای کارکنان پرتلاش بانک صادرات ایران صورت گرفته است. براساس این قرارداد، شرکت بیمه سرم متعهد می‌شود با بهره‌گیری از توانمندی‌های فنی، شبکه گسترده خدمت‌رسانی و تجربه موفق در ارائه خدمات به سازمان‌های بزرگ، نیازهای بیمه‌ای کارکنان بانک صادرات ایران را در زمینه بیمه درمان تکمیلی در سطحی مطلوب و با رعایت استانداردهای بیمه‌گری پاسخگو باشد.











