

# جایگاه و نقش نمایندگان

## در صنعت بیمه



گزارش

گزارشگر محمدرضا رحیمی

### اشاره :

از آنجا که نقش و جایگاه نمایندگان به عنوان بازوان اجرایی و فعال شرکتهای بیمه، در ارتقاء فرهنگ بیمه‌ای جامعه، بازاریابی و گسترش دامنه فعالیت‌های این شرکتها، امری انکار ناپذیر می‌باشد، در این شماره از فصلنامه بر آن شدیم در خصوص جایگاه نمایندگان شرکتهای نمایندگی، کارگزاران و بازاریابان در توسعه فعالیت‌های شرکت سهامی بیمه آسیا گزارشی تهیه نموده و ضمن گفتگو با چند تن از نمایندگان و صاحبان نظران به تشریح و تبیین این مسأله بپردازیم. آنچه پیش رو دارید، حاصل این گفتگوهاست.

نماینده در رابطه با بعضی از مشکلات موجود نمایندگان توضیح داد : «مشکلات معانی زیادی دارد ولی اگر مشکلات عام را می‌خواهید این است که صنعت بیمه به طور کلی هنوز نمایندگان بیمه و شبکه فروش بیمه را ضمن احترام و ارزشی که برایشان قایل است عملاً جزء خانواده صنعت بیمه قبول ندارند و ما از این جهت خیلی مشکل داریم، مثلاً تا رویمان را برمی‌گردانیم، می‌بینیم یک آیین نامه آمد و کارمزد فلان بیمه تقلیل پیدا کرد و این در حالی است که همه هزینه‌ها روز به روز بالاتر می‌رود و این مسأله باعث می‌شود که امکان سرمایه اندوزی و سرمایه‌گذاری را برای توسعه صنعت بیمه آنطور که شاید باید به ما نمی‌دهند. انجمن‌ها به وجود آمده‌اند که از جمله این مشکلات را رفع کنند و ما بخصوص در سطوح بالای بیمه آسیا و بیمه مرکزی حسن نیت به شبکه فروش را سراغ داریم و امیدواریم با این

بنابراین من معتقدم این نماینده است که می‌تواند فرهنگ بیمه را توسعه بدهد. و از این جهت باید در آموزش و یادگیری و افزایش سطح معلومات و غیره به نماینده کمک کرد.»  
وی افزود : «به نظر من چیزی که جایز در شرکتهای بیمه خالی است، وجود یک سازمان تعلیم و تربیتی است، یعنی سازمانی که بازاریاب تربیت کند و افراد شبکه فروش را آموزش بدهد و به نمایندگی‌ها بفرستد، تا اینها بعداً با نماینده‌ها کار کنند.»

آقای سپهرم در پاسخ این سؤال که نظر شما در رابطه با شرکتهای نمایندگی چیست؟ گفت : «اعتقاد بنده و همکاران در انجمن این است که کار تیمی خیلی کارسازتر از کار فردی است، بنابراین منظور از تشکیل شرکتهای نمایندگی بیمه واحدهای تیمی نمایندگان است و با به وجود آمدن این شرکتها بار اجرایی زیادی از روی دوش شرکتهای بیمه برداشته خواهد شد.» این

آقای سپهرم یکی از نمایندگان با سابقه و رییس انجمن صنفی نمایندگان بیمه آسیا در پاسخ سؤال ما در خصوص نقش و جایگاه نمایندگان گفت : «به نظر من نقش نماینده از همه سازمانها و ارگانهای دیگر صنعت بیمه در اشاعه فرهنگ بیمه مهمتر است. دلیلش هم این است که یک نماینده وقتی با یک خریدار تماس می‌گیرد، ناچار است که تمام مشخصات و مزایا و سایر شروط و محدودیتهای بیمه نامه را برای او شرح دهد، تا او را به بیمه شدن تشویق کند، این کاری است که از عهده تلویزیون، نشریات و یا بروشورهای بیمه‌ای بر نمی‌آید، زیرا نماینده، تماس مستقیم با خریدار دارد و شغلش ایجاب می‌کند که خریدار را قانع نماید. این که بعضی‌ها تصور می‌کنند نقش نماینده در سخنوری است، چنین نیست، نقش نماینده شناساندن دقیق بیمه‌ای است که می‌خواهد بفروشد، مزایایش، محدودیتهایش، شرایطش و این یعنی توسعه فرهنگ بیمه.

مسائل و مشکلاتی وجود دارد تردیدی نیست و کارها به آن سرعتی که در برنامه پیش‌بینی می شد پیش نرفته است، ولی به نظر من تا همین حد هم مطلوب است.»

آقای بیانیان یکی از کارشناسان و مدیر سابق امور نمایندگان در پاسخ سؤال ما در رابطه با نقش کارگزاران و بازاریابان گفت: «موردی هم که من فکر می‌کنم خیلی سریع باید در مورد آن اقدام شود، احقاق حقوق

بازاریابهاست، یعنی بازاریابی که برای یک نماینده کار می‌کند، خودش دارای یک شخصیتی است و حقوق حقه‌اش نباید نادیده گرفته شود و باید یک دلگرمی داشته باشد که بعد از مدتی به هر حال ممکن است دچار بیماری، از کار افتادگی و یا حتی فوت شود، بنابراین باید از حمایت خانواده بیمه برخوردار باشد، من فکر می‌کنم باید هرچه سریعتر آیین‌نامه‌ای را که در این رابطه تدوین شده است، به مرحله اجرا بگذارند. یعنی باید جایگاه بازاریاب در صنعت بیمه مشخص شود که این مسأله علاوه بر امتیازاتی که برای کارگزاران و بازاریابان دارد، از یک سری کارهایی که ممکن است خلاف باشد، جلوگیری می‌کند، چون عمده ضرباتی که نماینده‌های ما طی چند سال اخیر خورده‌اند از طرف بازاریاب بوده است، یعنی در واقع اگر ما بیاییم یکسری امتیازاتی برای آنها قائل شویم، درکنارش یکسری کنترل‌هایی را هم خواهیم داشت، که از طریق نماینده اعمال شود، یعنی ما یک امنیت روانی و اقتصادی برای او ایجاد کنیم. آن آیین‌نامه در این زمینه بسیار مناسب بود و حقوق نماینده و بازاریاب را مشخص می‌کند و یک نسخه از آن هم به شرکت می‌آید و شرکت بیمه آسیا

## آقای مهاجر: من اعتقاد دارم که نماینده دقیقاً در کنار شرکت بیمه است نه اینکه روبروی شرکت قرار داشته باشد، به همین خاطر معتقدم هر زمان نماینده مراجعه کرد باید همه نوع امکانات را در اختیار وی قرار بدهند

وی افزود: «تأسیس شرکتهای نمایندگی یک فکر خوب و دقیقی بوده است. ولی برای تحقق آن در اجرا نیز باید تلاش کرد، و در انتخاب افراد دقت نمود، یعنی صلاحیتهای آنها را در نظر گرفت، زیرا آنها باید به کار بیمه‌گری وارد باشند همچنین دارای معلومات عمومی کافی بوده و به بازاریابی نیز اعتقاد داشته باشند، با مروری بر تعداد و کیفیت نمایندگی‌ها در قیل و بعد از انقلاب متوجه می‌شویم که در این زمینه هم یک تعهدی به وجود آمده است. قبل از انقلاب شما کمتر نماینده‌ای را می‌دیدید که تحصیلات بیمه‌ای داشته باشد. ولی در حال حاضر تعدادی تحصیلات بیمه‌ای و اقتصادی دارند، یعنی رشته‌هایی که مورد نیاز صنعت بیمه است. ولی هنوز راه زیادی در پیش داریم تا شرکتهای نمایندگی به هدفشان برسند و در این میان بایستی به لحاظ اداری و مالی حمایت شوند و البته شرکت بیمه هم حق دارد به هر میزانی که می‌خواهد بر کارشان نظارت کند، یعنی باید دستشان باز باشد و وقتی که شرکت بیمه از کار نماینده اطمینان پیدا کرد، نماینده بتواند انواع مختلف بیمه‌نامه را صادر کند.»

آقای دکتر جباری در رابطه با مشکلات نمایندگان گفت: «قضاوت در این نوع مسائل سلیقه‌ای و نسبی است و بستگی به سطح توقعات دارد. در اینکه



حسن نیت در آینده‌ای نه چندان دور بر مشکلات فائق آییم.»

در ادامه تهیه گزارش با یکی از صاحب‌بنظران و دست‌اندرکاران صنعت بیمه جناب آقای دکتر محمد هوشنگی به گفتگو نشستیم، وی در پاسخ این سؤال که نقش و جایگاه نمایندگان بیمه چیست؟ گفت: «می‌دانید که نماینده بیمه دو وجهه دارد، یکی خدمت به مشتریان و دیگر انجام قسمتی از کارهای اداری. در واقع شرکتهای بیمه با تأسیس نمایندگیها اعم از اینکه حقیقی باشند و یا حقوقی، قسمتی از کار بازاریابی خود را آن مقدار از کارهای اداری که تماس بیشتری با مشتری دارد، از جمله بعدها احتمالاً رسیدگی به خسارات را به عهده کسی می‌گذارند که خارج از سیستم عمل کند، چون کار بیمه‌گری به رأی و اعتماد مردم احتیاج دارد و ضمن اینکه کار بیمه‌گری را دولت انجام می‌دهد، ظرفیتهای بخش خصوصی هم به کار گرفته می‌شود و وسیله رقابت میان نمایندگان هم ارائه خدمات بهتر برای جلب رضایت بیشتر مشتریان است. البته در چهارچوب ضوابطی که شرکتهای بیمه و بیمه مرکزی تعیین می‌کنند.»



ضمن آنکه از مفاد آن اطلاع دارد، می‌داند که چه بازاریایی برای نمایندگانش کار می‌کنند. انشاءالله اگر این قرار داد تدوین شد، بازاریاها باهم می‌توانند مجمعی یا انجمنی را بوجود بیاورند برای حمایت از حقوقشان، یعنی اگر هویت صنفی پیدا کنند، از خیلی از مشکلات بعدی جلوگیری کرده و از یکسری امتیازات آنها حمایت می‌کنند، که اینها می‌تواند در کنار هم برای صنعت بیمه بسیار مفید باشد.»

وی در ادامه افزود: «از آنجاکه بازاریابی زیر نظر مستقیم نماینده‌هاست، هرگونه تخلفی که پیش بیاید آنها مسؤولند، یعنی شرکت بیمه نمی‌تواند

بار اضافی را برای کنترل بازاریاها به دوش بکشد، چون خیلی گسترده‌اند و اصلاً امکان پذیر نیست، در نتیجه اگر اینها تفکیک شوند بار کنترلی آن روی دوش نمایندگان بیفتد، بهتر است (چون به هر حال نماینده‌ها از کار این بازاریاها منتفع می‌شوند)

بنابراین وقتی بازاریاب شروع به کار می‌کند، اگر حق اضافه‌ای از او کم شود و اطلاع نداشته باشد، یکی از مواردی است که ممکن است به کار خلاف کشیده شود. لذا جایگاه بازاریاب باید مشخص باشد. و آنوقت تخلف و اشتباه به حداقل خواهد رسید.»

آقای بیانیان در رابطه با گسترش بی‌رویه تعداد نمایندگان گفت: «ما اگر در مورد بافت اقتصادی و اجتماعی مردم شناخت کافی نداشته باشیم و به افزایش تعداد نمایندگان بپردازیم به ضرر جامعه است، ما ابتدا باید انگیزه و اطلاعات لازم را به مردم بدهیم و

متناسب با ظرفیت جامعه با دقت و مطالعه به گسترش شبکه فروش بپردازیم.»  
در ادامه تهیه گزارش به دفتر آقای مهاجر مدیر امور نمایندگان شرکت بیمه آسیا رفتیم و با وی به گفتگو پرداختیم. آقای مهاجر در پاسخ سؤال ما در رابطه با نقش نمایندگان در توسعه فعالیت‌های شرکت گفت: «من اعتقاد دارم که نماینده دقیقاً در کنار شرکت بیمه است نه اینکه روبروی



شرکت قرار داشته باشد، به همین خاطر معتقدم هر زمان نماینده برای انجام کار خود مراجعه کرد باید همه نوع امکانات را در اختیار وی قرار بدهند. شاید در یک دوره‌ای این نماینده‌ها خیلی به صورت باز پذیرفته شده‌اند، لذا در مورد نمایندگان باید یک بررسی مجدد صورت بگیرد و شرکت تلاش می‌کند که آموزش‌های لازم را به اینها بدهد تا بتوانند نقش اساسی خودشان را ایفا کنند.»

مدیر امور نمایندگان در رابطه با نقش نمایندگان در ارتقاء فعالیت‌های اقتصادی شرکت سهامی بیمه آسیا گفت: «به نظر من نقش آنها خیلی مهم است و من همیشه این مطلب را گفته‌ام، هر لحظه شرکت‌های بیمه احساس کردند خودشان می‌توانند به اندازه نمایندگان تولید داشته باشند، آن لحظه دیگر با نماینده کار نکنند!! نماینده در افزایش سطح پرتفوی شرکت نقش اساسی

دارد، من معتقدم نماینده‌ها برای فروش آدم‌های فوق‌العاده‌ای هستند، زیرا این کار از عهده هر کسی بر نمی‌آید و خمیرمایه خاصی نیاز دارد.»

وی در پاسخ به این سؤال که در حال حاضر شما چه آموزش‌هایی را برای بالا بردن کیفیت کار نمایندگان به آنها ارائه می‌کنید، توضیح داد: «ما در حال حاضر آموزش‌هایی را که ارائه می‌کنیم که یکی در مقطع شروع کار نمایندگی است در این مقطع نمایندگان به عنوان کارآموز در ادارات و شعب بیمه آسیا، به صورت عملی آموزش می‌بینند. ولی درصدد هستیم کلاس‌هایی را تدارک بینیم که حتماً مثل گذشته به صورت مقطعی در رشته‌های

مختلف با دعوت از اساتید مجرب در تمام زمینه‌ها به نمایندگان آموزش بدهیم.»  
آقای مهاجر در ادامه افزود: «همانطور که می‌دانید صدور خسارت قسمتی از بیمه است، در هر حال، شما مادامی که تئوری راندانید، نمی‌توانید اجراکننده صدور خسارت باشید. لذا شایسته است نماینده‌ها مسایل نظری بیمه را هم بدانند، یعنی نقص بیمه را بشناسند، ریشه‌هایش را بدانند و بتوانند مسایل آن را تجزیه و تحلیل کنند. لذا کلاس‌هایی را تدارک دیده‌ایم که در شش ماهه دوم سال ۷۶ تعدادی از آنها را تشکیل خواهیم داد.»

مدیر امور نمایندگان در ادامه گفت: «غیر از این، برای کلاس‌های ابتدای دوره نمایندگی هم که به صورت آموزش در ادارات صدور و شعب انجام می‌دادیم، اخیراً از طریق بیمه مرکزی، بخشنامه‌ای ارسال شده است، مبنی بر اینکه این





می‌گویند، در هر نوع تصمیم‌گیری و حرکتی ما را شرکت دهید. شرکت مخالفتی با این موضوع ندارد، ولی باید قبول کرد، شرکت مثل پدر یک خانواده است و ممکن است پدر مسائلی را ببیند که نماینده‌ها به عنوان فرزندان علیرغم اشرافشان به کار بیمه آن مسائل را نبینند. لذا چنانچه آیین نامه یا بخشنامه‌ای روی این الحاقیه‌ها به صورت ظاهراً ضد و نقیض از نظر آنها صادر می‌شود همان احساس مسئولیتی است که بیمه‌آسیا به عنوان پدر خانواده دارد. تجربه ثابت کرده است که این سخت‌گیرها خیلی هم به نماینده لطمه وارد نکرده است، زیرا اگر امروز کارمزد کم شده، از طرف دیگر حق بیمه‌اش افزایش پیدا کرده است و این تقلیل ضریب کارمزد با افزایش حق بیمه به شکلی جبران شده است. به نظر من باید توقعات را پایین آورده و سعی کرد به یک صورتی این دوره انتقال را پشت سر بگذاریم و نمایندگان هم باید کمک کنند، زیرا ما آنها را از خودمان جدا نمی‌دانیم اتفاقاً هر وقت مامی‌نشینیم و با نمایندگان صحبت می‌کنیم تلاشمان بر این است که آنها احساس نکنند ما از هم جدا هستیم، به هیچ وجه ما از هم جدا نیستیم و هر دو در یک جبهه کار می‌کنیم.»  
والسلام



آموزشها باید به صورت کلاسیک و طی یک برنامه‌زمانبندی شده انجام گردد. ما هم در تلاش هستیم که این برنامه را تدارک ببینیم، تا هر نماینده‌ای برای شروع کار نمایندگی درخواست می‌دهد، از این برنامه استفاده کند.»

آقای مهاجر تلقی خود را در رابطه با شرکت‌های نمایندگی و توسعه آنها اینگونه بیان کرد: «بیمه آسیا در این کار پیشقدم بوده است و در حال حاضر حدود ۲۸ شرکت نمایندگی دارد که از این تعداد ۲۰ شرکت در تهران و بقیه در شهرستانها هستند. در آغاز اجرای این دوره به‌نظر نمی‌رسید که بتوان تعداد آنها را اینقدر افزایش داد. حالا شاید یک روزی هم به این نتیجه برسیم که کثرت آنها نمی‌تواند صددرصد مفید واقع شود، در هر حال خوب است کسانی که شرکت‌های نمایندگی بیمه را تأسیس می‌کنند قبل از اینکه به این کار مبادرت ورزند، به خوبی جوانب آن را بسنجند و صرفاً به دنبال ضرایب بالاتر کارمزد نباشند، زیرا به اعتقاد من شرکت‌های نمایندگی در آینده رسالت بزرگتری به دوش خواهند داشت و انشاءالله باید به صورت اعمار شرکت‌های بیمه فعلی عمل کنند، البته این کار مفهومی از بین رفتن شرکت‌های دولتی و خصوصی سازی

نیست، بلکه مفهومی این است که شرکت‌های بیمه، مسئولیت‌های فنی خود را به شرکت‌های نمایندگی واگذار می‌کنند و خود به تصمیم‌گیریهایی عالی می‌پردازند در هر حال من فکر می‌کنم، سیاست شرکت بیمه آسیا در جهت گسترش شرکت‌های نمایندگی تابع کشش بازار بیمه در کشور است.»  
آقای مهاجر در رابطه با تحقق هویت صنفی بازاریابها گفت: «برای روابط بین بازاریابها و نمایندگان بیمه در گذشته آیین نامه‌ای بصورت مفصل تهیه شد، ولی ظاهراً در آن زمان خیلی مورد توجه قرار نگرفته است. در آن آیین نامه این موارد دیده شده ولی هنوز شکل قانونی پیدا نکرده است. انشاءالله بارسمیت یافتن آن، بازاریابها هم با خیال راحت بتوانند به کارشان ادامه دهند، زیرا آنها هم عامل بسیار مهمی در ارتقاء سطح کمی و کیفی کار نمایندگان هستند.»  
مدیر امور نمایندگان در رابطه با مشکلات نمایندگان و انتظارات آنها از شرکت سهامی بیمه آسیا گفت: «شاید بعضی از نماینده‌ها انتظاراتی دارند که عامل این انتظارها بیمه آسیا است. زیرا آنقدر با نماینده‌ها صمیمی بوده است که الان این انتظار احساس می‌شود که نماینده‌ها

