



گفتگو با

آقای دکتر کامبیز پیکار جو

مدیر طرح و توسعه بیمه ملت



در دنیای امروز و در فضای فعالیت و زندگی وجود بیمه امری ضروری و اجتناب ناپذیر می باشد، مخصوصاً این که با پیشرفت تکنولوژی و توسعه ارتباطات، میزان ریسک‌پذیری در حوزه های مختلف نیز افزایش یافته است. بنابراین با پیچیده تر شدن زندگی و روابط انسانی، بیمه ها نیز در شاخه های مختلف توسعه یافته اند. پیام بهمن بنا به اهمیت موضوع و جهت آشنایی هر چه بیشتر همکاران و خوانندگان گرامی با صنعت بیمه، با آقای دکتر کامبیز پیکار جو مدیر طرح و توسعه بیمه ملت به گفتگو نشستیم که آن را از نظر می گذرانید.

لطفاً خودتان را به طور مختصر معرفی کنید.

کامبیز پیکار جو، متولد تهران، سال ۱۳۵۱ دارای مدرک دکترای حرفه ای اقتصاد در رشته های اقتصاد انرژی و اقتصاد بین الملل، عضو هیأت علمی دانشگاه و مدیر طرح و توسعه شرکت بیمه ملت می باشم. سمت هایی که تاکنون داشته ام عبارتند از: کارشناس اقتصاد وزارت صنایع از سال ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۴، معاون مدیر و مدیر برنامه ریزی و پژوهشی سازمان بهره وری ملی ایران از سال ۱۳۷۴ تا ۱۳۷۷، مشاور پژوهشی بیمه مرکزی ایران از سال ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۲، عضو گروه تشکیل دهنده نخستین پژوهشکده صنعت بیمه از سال ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۲، مدیر گروه پژوهشی اموال و مسئولیت پژوهشکده بیمه و تحقق بیمه از سال

۱۳۷۹ تا ۱۳۸۲، سردبیر و عضو شورای علمی ماهنامه تازه های جهان بیمه مرکزی ایران از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۲، داور و عضو هیأت داوران فصلنامه صنعت بیمه، مشاور معاون اقتصادی و برنامه ریزی گروه بهمن از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۲، مدیر طرح و توسعه بیمه ملت ۱۳۸۲ تاکنون، عضو هیأت علمی گروه اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران از سال ۱۳۷۸ تاکنون، مدیر گروه مدیریت جهانگردی و هتلداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، همچنین تألیف و ترجمه ۴ کتاب تخصصی در زمینه اقتصاد، اقتصاد نفت و بیمه، انتشار بیش از ۸۰ مقاله در نشریات تخصصی اقتصادی و بیمه ای و بیش از ۲۰ طرح تحقیقاتی ملی و منطقه ای را انجام داده ام.

نقش بخش خصوصی در صنعت بیمه چیست و بیمه ملت چه

کارهایی در این زمینه انجام داده است؟

پس از ۲۵ سال عدم وجود تجربه خصوصی سازی در صنعت بیمه به هرحال حرکتی در صنعت بیمه به نام خصوصی سازی انجام شد. شاید از واژه خصوصی سازی این گونه استفاده می کردیم که شرکت های دولتی ابتدا تبدیل به خصوصی شوند. بعد از مدتی مشق خصوصی سازی نوشته شد و آیین نامه ها و مقررات بر اساس حرکت جدید و جوهره اولیه بخش خصوصی ایجاد شد. ما باید زمینه ای ایجاد می کردیم تا نهادهای خصوصی شکل بگیرند اما در صنعت بیمه بر اساس این منطق پیش نرفت.

نهادهای بانکی به این نتیجه رسیدند که کنار فعالیت های بانکی شان در حوزه بیمه هم فعالیت کنند، این از لحاظ تجارت مالی خیلی به بانک ها توانایی می داد چون ذخایر بیمه، ذخایر ارزشمندی است که در اختیار بانک ها هم می توانست قرار بگیرد و این یکی از تئوری های قدیم در بخش مالی بود

تصمیم گرفتیم به شرکت های بیمه خصوصی اجازه فعالیت بدهیم و شاهد بودیم که شرکت های خصوصی بسیاری پیشنهاد دادند و از میان آن همه شرکت تنها چند شرکت توانستند مجوز بگیرند و شرکت بیمه ملت یکی از پرافتخارترین آنها بود. حقیقت این است که شرکت بیمه های خصوصی که بیرون وجود دارند اکثراً بیمه بانک (Bankassurance) هستند.

یعنی نهادهای بانکی به این نتیجه رسیدند که کنار فعالیت های بانکی شان در حوزه بیمه هم فعالیت کنند، این از لحاظ تجارت مالی خیلی به بانک ها توانایی می داد چون ذخایر بیمه، ذخایر ارزشمندی است که در اختیار بانک ها هم می توانست قرار بگیرد و این یکی از تئوری های قدیم در بخش مالی بود.

از سال ۱۹۹۵ به بعد نهادهای جدیدی در بازار بین المللی مالی بوجود آمدند که برعکس بانک ها عمل کردند و بسیار قوی تر و پایدارتر بودند و هلدینگ های مالی (Financial Holding) بودند که برای ارائه خدمات بهتر به مشتری بوجود آمدند نه برای اینکه خودشان را از بحران های احتمالی مالی نجات دهند؛ اینها نهادهای سرمایه گذاری بودند و یکی از سرمایه گذاری هایی که داشتند شرکت بیمه بود. لذا در این عرصه شرکت های بیمه از نوع IIC (Invest Insurance Company) بوجود آمد. بطور کلی داشتن سهامداران بانکی برای شرکت های بیمه در عصر کنونی و دنیای مالی امروز خوب است ولی فعالیت بیمه را تقویت نمی کند. حقیقت این است که سال های اول رشد فزاینده ای می کنند و بعد دچار بازدهی نزولی فعالیت از لحاظ کمی و کیفی می شوند، اما شرکت های بیمه IIC آهسته و پیوسته حرکت می کنند و اصطلاحاً پایه و مبنای فعالیت خودشان را محکم می بندند و برای یک

شرکت بیمه ملت یک شرکت سهامی عام است و ۵ سهامدار بسیار قدرتمند دارد و آنها شرکت هایی هستند که به غیر از انجام فعالیت های تجاری تولیدی، کارهای سرمایه گذاری هم انجام می دهند مثل شرکت خودرو سازی سایپا و گروه بهمن

دوره بلندمدت کار می کنند و تجربه عملی و تئوری نشان می دهد که در آینده، این شرکت ها موفق ترین شرکت های بیمه خواهند بود. در بازار بیمه کشور در حال حاضر تنها شرکتی که مصداق این امر است، شرکت بیمه ملت می باشد. شرکت بیمه ملت یک شرکت سهامی عام است و ۵ سهامدار بسیار قدرتمند دارد و آنها شرکت هایی هستند که به غیر از انجام فعالیت های تجاری تولیدی، کارهای سرمایه گذاری هم انجام می دهند مثل شرکت خودرو سازی سایپا و گروه بهمن که علی رغم اینکه در کار تولید خودرو هستند، شرکت های گسترده تابعی دارند که کار سرمایه گذاری هم انجام می دهند یا به صورت خاص شرکت های سرمایه گذاری تأمین اجتماعی، سرمایه گذاری صندوق بازنشستگی و سرمایه گذاری تدبیر. ما با شروع فعالیت خود در سال ۱۳۸۲ متوجه شدیم که پایه بسیار قوی داریم و کارهای بسیار بزرگی می توانیم انجام دهیم که بقیه شرکت های بیمه خصوصی از انجام آن عاجز هستند.

یک کنسرسيوم تشكيل داديم که هدایت آن برعهده بیمه ملت است، به دلیل اینکه توانایی کارشناسی و مالی بیشتری داشت و در بازار جهانی بیشتر مورد قبول بود.

در اولین مجمع سال ۱۳۸۳، تصمیم به افزایش سرمایه گرفتیم چون دیدیم که سرمایه ۲۰ میلیاردی در شأن بیمه ملت نیست. مدیریت طرح و توسعه مسئول تهیه طرح تفضیلی افزایش سرمایه شد که طرح افزایش سرمایه را طراحی کرده و انجام دادیم و مورد قبول تمام سهامداران قرار گرفت و با مصوبه مجمع، سرمایه بیمه ملت را از ۲۰ میلیارد به ۱۲۰ میلیارد تومان افزایش دادیم که از لحاظ ترکیب سرمایه شرکت های بیمه، بیمه ملت دومین شرکت بزرگ از لحاظ سرمایه است و پس از آن، بیمه آسیا با ۷۵ میلیارد سرمایه ثبتی، بیمه البرز با ۴۶ میلیارد، بیمه دانا با ۲۶ میلیارد سرمایه قرار دارند. در این زمینه بیمه دومین ناوگان بزرگ هواپیمایی کشور بانام آسمان و دومین ناوگان کشتیرانی بانام شرکت ملی نفت کش، شرکت مپنا با تمام پروژه های مهندسی و نیروگاهی، شرکت ایرانول، کلیه نفت خام صادراتی کشور و... در دست ما است.

ما یک کنسرسيوم تشكيل داديم که هدایت آن برعهده بیمه ملت است، به دلیل اینکه توانایی کارشناسی و مالی بیشتری داشت و در بازار جهانی بیشتر مورد قبول بود.

ما اولین شرکت بیمه خصوصی بودیم که توانستیم مجوز قبول اتکایی را بگیریم و به دنبال این هستیم که مجوز قبولی اتکایی از خارج کشور هم بگیریم

هم بیمه می پذیریم و به آنها بیمه اتکایی می فروشیم. ما در بازار بیمه، بیمه گر اتکایی هم هستیم و بهترین کادر بیمه اتکایی در کشور را داریم که این کار را انجام می دهد و در این زمینه هم جزء یکی از شرکت هایی هستیم که مورد قبول بازارهای بین المللی بیمه می باشیم. ادله این صحبت وجود بسیاری از آگانت های شرکت های بیمه ایران، البرز، بیمه توسعه، بیمه رازی، پارسیان، حافظ، سامان و... می باشد که نزد ما بیمه اتکایی شده اند و ما حامی یا به اصطلاح ساپورتر آنها در عملیات بیمه گری هستیم.

لازم به ذکر است که ما اولین شرکت بیمه خصوصی بودیم که توانستیم مجوز قبول اتکایی را بگیریم و به دنبال این هستیم که مجوز قبولی اتکایی از خارج کشور هم بگیریم که نشان دهنده دانش محور بودن و کلیدی بودن نقش مدیران و سیاست ساختاری تنظیم شده است. ما معتقدیم که محصولات بیمه ای که در بازار کشور فروخته می شود محصولات سنتی بوده و در شأن بازار بیمه نیست و لذا شرکت بیمه ملت قسمتی از توان علمی خود را صرف بررسی ریسک های جدید و طراحی پوشش های نوین بیمه ای کرده است.

مدیریت ریسک در بیمه ملت چگونه اجرا می شود؟

شما اگر در بازار معمولی بروید، مشاهده می کنید که در زندگی ابزارهای دست ما دقیق تر و حساس تر شده و تجمع فرهنگ زیستی در شهرها فشرده تر و در نتیجه ریسک های شهرنشینی نیز بیشتر شده است.

در بیمه ملت بخش مطالعات مدیریت طرح و توسعه، کار بر روی محصولات جدید را شروع کرده که در آن شناسایی می کند چه ریسک هایی در دنیای مدرن امروزی در ایران وجود دارد که ما برای آن پوشش بیمه نداریم یا اگر داریم خیلی کلی و کلان و ناکارآمد است، که از اینها آمارهای خسارتی را نسبت به سنوات مختلف می گیریم و دنبال این هستیم که در سال های آتی بیمه ملت نه تنها تبدیل به یک بیمه مقتدر در زمینه فعالیت بیمه گری شود بلکه به عنوان یک شرکت بیمه ای ریسک ها و بیمه نامه های نوینی را ارائه دهد که تا به حال وجود نداشته و ریسک هایی را پوشش دهد که منطبق با دنیای امروزی است.

وجود بیمه هایی مثل بیمه سپرده، انواع بیمه های کاربردی اعتبار، بیمه های مسئولیت مهندسی تعمیم یافته، بیمه های بلندمدت مسئولیت، بیمه های قصور یا اشتباهات سهوی مدیران و کلیه چیزهایی که تا حالا باب نبوده، ما دنبال اقتصادی و اجرایی کردن و ارائه آنها به مردم هستیم و جنبه هایی از نوآوری و خلاقیتی است که در صنعت

نمایندگان بیمه گران اتکایی بزرگ و معتبر بین المللی پس از ورود به ایران، اولین جایی که می آیند بیمه ملت است و ما را به عنوان سمبل بخش خصوصی متخصص در ایران می شناسند

شرکت های بیمه خصوصی دیگری مثل بیمه رازی و سینا و برخی از شرکت های دولتی عضو این کنسرسیوم هستند که افتخار بزرگی است. بیمه ملت یک سازمان دانش محور را در ساختار تشکیلاتی خودش ایجاد کرد و بهترین مدیران و کارشناسان در زمینه های آتش سوزی، باربری، مسئولیت مهندسی، کشتیرانی، هواپیمایی را از اقصی نقاط به اینجا آورد که تجمیع مدیران سرآمد صنعت بیمه در بیمه ملت است.

بیمه ملت با افزایش سرمایه انجام شده، توانست میزان حد نگهداری خود را در پذیرش ریسک خصوصاً ریسک های بزرگ و پروژه های ملی بالا ببرد و در پروژه های بزرگ با شرکت هایی مثل بیمه ایران و البرز و آسیا که مدت ها در این زمینه فعالیت می کنند، رقابت کرده و از آنها پیشی بگیرد.

بازار لویدز لندن بزرگترین بازار بیمه گران بزرگ دنیاست و تمام بیمه گران اتکایی بزرگ دنیا آنجا هستند که با ما کار می کنند و رابطه متقابلی با آنها داریم. نمایندگان بیمه گران اتکایی بزرگ و معتبر بین المللی پس از ورود به ایران، اولین جایی که می آیند بیمه ملت است و ما را به عنوان سمبل بخش خصوصی متخصص در ایران می شناسند. اصل صداقت را به عنوان اصل پایه ای رفتارمان با بیمه گران داخلی، بیمه گذارانمان و بیمه گران اتکایی گذاشتیم و این چیزی است که جزء نقاط قوت ما حساب می شود و بعد از اینکه ما این فعالیت را انجام دادیم تصمیم گرفتیم وارد فعالیت پذیرش بیمه اتکایی شویم.

بیمه گرها همه ریسک را نگه نمی دارند و بخشی از ریسک را که ما زود از حد نگهداری شان است، می برند نزد یک بیمه گر حرفه ای تر و قوی تر بیمه می کنند، این بیمه مجددی که انجام می شود بیمه مجدد یا بیمه اتکایی می شود

بیمه اتکایی چیست و بیمه ملت در این راستا چه کارهایی انجام داده است؟

وقتی یک بیمه گزار ریسک خودش را به یک شرکت بیمه منتقل می کند شرکت، بیمه گر بیمه گذار می شود و یک بیمه نامه صادر می کند و به بیمه گذار می دهد و مبلغی به عنوان حق بیمه می گیرد. خود این بیمه گرها همه ریسک را نگه نمی دارند و بخشی از ریسک را که ما زود از حد نگهداری شان است، می برند نزد یک بیمه گر حرفه ای تر و قوی تر بیمه می کنند، این بیمه مجددی که انجام می شود بیمه مجدد یا بیمه اتکایی می شود.

ما به غیر از اینکه از بیمه گذار بیمه مستقیم می پذیریم از بیمه گران



بهترین تبلیغ، ارائه خدمات خوب به مشتری است، به جای اینکه بخواهیم زیاد تبلیغ کنیم با دادن خدمات خوب، هر یک مشتری می تواند ۴ یا ۵ مشتری برای ما بیاورد

حدود یک سال و نیم است که شبکه نمایندگی را راه انداختیم که ۸۰ نماینده حقیقی و ۲ نماینده حقوقی داریم. هم اکنون ۱۰۰ نفر در شرایط گرفتن نمایندگی هستند که بعد از گذراندن مراحل اداری نماینده بیمه ملت می شوند.

کار جدیدی که انجام دادیم شبکه نمایندگان حرفه ای فروش بیمه عمر بود که طراحی و ایجادش در دست مدیریت طرح و توسعه است و پیش بینی ما این است که ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ نمایندگی خواهیم داشت. یک توسعه فرایندی کمی و کیفی، در بخش نمایندگی این است که به گسترش باجه های بیمه ملت در مراکز مختلف اقدام نموده و با برخی سازمان ها نیز در این مورد مذاکراتی انجام دادیم تا بتوانیم در آن سازمان ها باجه هایی جهت توسعه فعالیت بیمه ای خوددایر کنیم.

در صنعت بیمه چند مفهوم داریم. یک نماینده داریم که خودش فعالیت می کند و همه کارها را انجام می دهد و بر اساس حق بیمه ای که جذب شرکت می شود مبلغی کارمزد می گیرد. نماینده اگر یک فرد باشد می شود حقیقی و اگر یک شرکت خدمات بیمه ای باشد حقوقی می شود. در صنعت بیمه یک سری کارگزار داریم که تحت نظارت بیمه مرکزی هستند و برای همه شرکت های بیمه کار می کنند و در اصل بازاریابی می کنند. شعبه هایی نیز داریم که مراکز اصلی تصمیم گیری اجرایی شرکت های بیمه در مناطق مختلف هستند که مسئولیت شعبه ها بر عهده اینجانب است و کسانی که در این شعبه ها کار می کنند کارکنان ما هستند. در بعضی جاها تحت فرماندهی و نظارت و مدیریت شعبه ها باجه هایی زده می شود که به صورت خاص برای سرویس دهی به فضای خاصی ایجاد می گردند.

به پیشنهاد بیمه ملت در سندیکای بیمه گران کمیسیونی تشکیل شد به عنوان کمیسیون اخلاق حرفه ای که بتواند بحث های اخلاق حرفه ای و تجاری را وارد کند و این مقوله ای است که تا به حال در صنعت بیمه وجود نداشته است

بیمه وجود نداشته است.

شرکت بیمه ملت در عرصه مشارکت در ایجاد فرهنگ و تعمیق فرهنگ بیمه و بیمه گری در بازار بیمه نقش آفرین است و یکی از ارکان اساسی بوده که بعد از ۳۰ سال در تأمین مجدد سندیکای بیمه گری مؤثر بوده است.

برای اینکه اصلاح در آیین نامه، مناسبات رفتاری و فرهنگ فعالیت بیمه گری و تعمیق فرهنگ بیمه گری در جامعه داشته باشیم به پیشنهاد بیمه ملت در سندیکای بیمه گران کمیسیونی تشکیل شد به عنوان کمیسیون اخلاق حرفه ای که بتواند بحث های اخلاق حرفه ای و تجاری را وارد کند و این مقوله ای است که تا به حال در صنعت بیمه وجود نداشته است. در حال حاضر این کمیسیون با مدیریت شرکت بیمه ملت راهبری می شود.

اهداف و افق های بلندمدت توسعه و تعمیق فعالیت بیمه ملت

در بازار را چگونه ارزیابی می کنید؟

بیمه ملت رو به توسعه است. کلیه خودروهایی صفر سایا، پارس خودرو، زامیاد و گروه بهمن را بیمه نموده ایم. این عدد تخمینی است ولی بیمه حدود ۶۰ درصد خودروهایی صفر تولیدی کشور در دست بیمه ملت است که بازار عظیمی است. اعتقاد ما بر این است که بهترین تبلیغ، ارائه خدمات خوب به مشتری است، به جای اینکه بخواهیم زیاد تبلیغ کنیم با دادن خدمات خوب، هر یک مشتری می تواند ۴ یا ۵ مشتری برای ما بیاورد. این استراتژی تا به حال مؤثر بوده؛ در بحث های تجاری نباید شتاب در توسعه داشته باشیم بلکه به صورت عاقلانه سعی در توسعه کمی و کیفی بازار و تعمیق فعالیت در بازار داشته باشیم. نرم افزارهای ما تحت اینترنت است که به صورت آنلاین در سرتاسر ایران هر نماینده ما هر بیمه نامه ای که صادر بکند در کوتاه ترین مدت زمان می توانیم آن را ببینیم و کنترل کنیم. در بحث بیمه بطور کلی تقلب های بیمه اتومبیل بسیار زیاد است و این قضیه باعث می شود خسارت های بیمه بیش از حد معمول نشان داده شود. در بیمه ملت توانستیم استانداردهای کنترلی صنعت بیمه را بهبود بدهیم و با استفاده از نرم افزارهای دقیق و آنلاین با کمترین خطا، ضریب خسارت را کم کنیم و به بهترین نحو ممکن توانستیم جلوی تقلب های بیمه ای را بگیریم.

ساختار ما به غیر از اینکه دانش مدار است IT مدار نیز می باشد. از دیگر کارها، سیستم بازاریابی پیشرفته ای است که در آن تمام نمایندگان بر اساس پیش شماره و کدپستی آدرسشان مشخص شده و اطلاعات برای آنها ارسال می شود.

بر اساس آماری که در ۷ ماه اول سال ۱۳۸۵ بیمه مرکزی منتشر کرد در رشد حق بیمه صادره و عاید شده اول بودیم و کم ترین رشد خسارت را داشتیم که بیشترین رشد حق بیمه و کم ترین رشد خسارت، ضریب سودآوری بالای شرکت بیمه را نشان می دهد

کرد در رشد حق بیمه صادره و عاید شده اول بودیم و کم ترین رشد خسارت را داشتیم که بیشترین رشد حق بیمه و کم ترین رشد خسارت، ضریب سودآوری بالای شرکت بیمه را نشان می دهد.

در بیمه ملت یک شورای راهبردی داریم که در آن مدیر عامل، قائم مقام و مشاور عالی مدیرعامل حضور دارند و من دبیر شورا می باشم. این شورا هر هفته تشکیل و سیاست های استراتژیک شرکت و مشکلات در آن بررسی می شود، هدف ما این است که حدود ۸ درصد سهم بازار را به دست بیاوریم که در بعضی از رشته ها تأمین شده است، مثل بیمه هواپیما و کشتی و اتومبیل.

بطور کلی بخش خدمات با بخش تولیدات فیزیکی و کالا تفاوت دارد. شما وقتی خودرو تولید می کنید، می دانید هرچه میزان فروش بیشتر باشد سود بیشتر می شود هر یک واحد فروش کالایی بیشتر به معنی سود بیشتر است اما در بیمه به این معنی نیست. شما ممکن است بیمه نامه زیاد صادر کنید و دست مردم بدهید اما در ارزیابی و کنترل و گزینش ریسک خوب عمل نکنید و ریسک های بد را انتخاب نمایید و باعث زیان ها و خسارت های زیادی شود. پس هر چه شما حق بیمه و سهم بازار بیشتری داشته باشید به معنای سوددهی بیشتر نیست، برای همین یک کار مدیریتی دشوار و سنگینی را می طلبد.

ما فقط دنبال حق بیمه نیستیم بلکه دنبال ارائه خدمات خوب و به اصطلاح خودمان ارائه اطمینان با پشتوانه به بیمه گذار و داشتن سودآوری و سهم بازار مناسب و ایده آل هستیم. در بازار بیمه پیدا کردن نیروهای متخصص بسیار سخت است و جذب و نگهداری و حفظ آنها مشکل تر است، هدف ما این است افراد متخصصی را که جذب می کنیم، نگه داریم.

نظر شما در مورد نشریه پیام بهمن :

رسالتش ارائه خبر و پیام های داخلی هلدینگ بهمن است، نشریه ارزشمندی است زیرا هم اطلاع رسانی داخلی می کند و هم زبان گویای بقیه است.

نشریه پیام بهمن به خاطر زمانی که در اختیار ما قرار دادید و با حوصله جوابگوی سوالات بودید سپاسگزار است.

در این زمینه مذاکراتی انجام دادیم که اگر به ثمر برسد باجه های زیادی خواهیم زد. به عنوان اولین تجربه در شرکت خدمات مسافرتی و جهانگردی آسیا ۲۰۰۰ این کار را می کنیم. در ابتدای کار به صدور بیمه های اتومبیل، ثالث و بدنه، بیمه حوادث، بیمه عمر، بیمه مسافرتی یا AXA و متعاقب آن در فاز بعدی بیمه آتش سوزی و ... که بنا به تناسب مشتریان و نیازهای افراد درخواست کننده آنجا می تواند باشد و این را به کل تعمیم می دهیم.

بطور کلی کار مدیریت طرح و توسعه، طراحی، تنظیم، پیاده سازی، اجرا، تست، جواب گرفتن و ارائه طرح تکمیل شده به واحد مربوطه می شود. مدیریت طرح و توسعه مغز یک سازمان است و فرقی با بقیه این است که نه تنها طراحی، تست و اجرا می کند بلکه باید جلوتر را ببیند و نیروی اجرایی و فکری در دسترس مدیریت ارشد است.

بالای ۶۰ تا ۷۰ درصد از طرح خسارتی بیمه ملت رضایت داشتند که این یک حسن محسوب می شود

در بخش اتومبیل نیز یک نرم افزار آن لاین داریم که به کمک آن به بهترین نحو ممکن مراکز خسارت و نمایندگان خود را کنترل می کنیم که هم سیستم کنترلی و هم سیستم نظارتی است و اگر مشکلی داشته باشند بلافاصله از طریق ایمیل به ما خبر می دهند و ما هم جواب می دهیم و نمی گذاریم مشکلی در سیستم بماند.

ما مراکز ارزیابی و پرداخت خسارت در نمایندگی های مجاز مورد اطمینان و مورد قبول دایر کردیم و کسانی که گزینش شده بودند، همه شرایط اعم از فضا و کار و مشتری مناسب دارند و دسترسی به شهر برایشان خوب است.

ما بر اساس نظرسنجی در سال ۱۳۸۵ از بیش از ۵۰۰ هزار بیمه نامه اتومبیل (جامعه آماری) با در نظر گرفتن جامعه نمونه ای از کل متوجه شدیم که بالای ۶۰ تا ۷۰ درصد از طرح خسارتی بیمه ملت رضایت داشتند که این یک حسن محسوب می شود و حسن دوم اینکه با این زمان کم و بیش از ۱۲۰ تا ۱۵۰ مرکز خسارت، آخر سال تعداد این مراکز را به ۵۰۰ خواهیم رساند که از لحاظ داشتن مرکز خسارت در سطح کشور بی نظیرترین شرکت بیمه هستیم. همچنین از لحاظ IT مداربوردن و رضایت مشتری جزء شرکت های برتر صنعت بیمه می باشیم.

بطور کلی اکثر شرکت های بیمه در زمینه عملیات بیمه گری سوددهی ندارند بلکه سودشان اغلب ناشی از سود اولیه سرمایه گذارشان است اما ما از معدود شرکت های بیمه ای بودیم که در عملیات بیمه سود معنی داری داشتیم.

بر اساس آماری که در ۷ ماه اول سال ۱۳۸۵ بیمه مرکزی منتشر