

عنوان مقاله:

مشتری مداری و سهام نمودن بیمه گذار در سود عدم وقوع خسارت

محل انتشار:

بیست و یکمین همایش ملی و هفتمین همایش بین المللی بیمه و توسعه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

رضا افقی - عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی بیمه اکو، دانشگاه علامه طباطبایی

غلامرضا شایسته فر - کارشناسی حسابداری، دانشگاه علوم اقتصادی، مدیریت بیمه های مهندسی شرکت البرز

ملیکا فیروزی - کارشناسی ارشد اکچویری، موسسه آموزش عالی بیمه اکو، دانشگاه علامه طباطبایی، مدیریت بیمه های مهندسی شرکت بیمه البرز

خلاصه مقاله:

امروزه در روندهای کسب و کار نوین، جلب رضایت مشتریان مولفه ای است که نسبت به سایر مولفه ها حایز اهمیت والاتری بوده و از نظر مدیران ارشد هر سازمان نواندیش، یکی از بهترین راه ها برای نیل به اهداف کلان سازمان محسوب می شود. لذا مقتضی است سیستمی در سازمان طراحی و پیاده سازی شود که بتواند روابط سازمان و مشتریان را به خوبی مدیریت نماید. یکی از راه های بهبود روابط بین بیمه گر و بیمه گذار، اعطای امتیازاتی به وی در صورت عدم بروز خسارت می باشد که بعنوان یکی از راهکارهای مدیریت ریسک (روش پیشگیری از خسارت: Loss prevention) نیز محسوب می شود. مثلا می توان پس از محاسبه سود حاصله (از طریق محاسبات مربوط به ذخایر فنی و ...) در پروژه های پیمانکاری مربوط به بیمه نامه های مهندسی، مشوق های مالی در نظر گرفت تا بیمه گذار برای تمدید بیمه نامه ها و همچنین صدور بیمه نامه های جدید با شرکت ترغیب شود. در این مقاله از داده های واقعی بیمه های مهندسی شرکت البرز استفاده شده و محاسباتی در خصوص ارایه بیمه نامه های تمام عمر رایگان به نیروهای تحت پوشش بیمه گذار، در صورت عدم ارایه ادعای خسارت از جانب وی، ارایه شده است. محاسبات به گونه ای صورت گرفته که شرکت بیمه علاوه بر عدم تحمل زیان از این ناحیه، از محل هر دو بیمه نامه سود نیز کسب نماید.

کلمات کلیدی:

CRM، مشتری مداری، ذخیره فنی، نقطه سر به سر، Reserve، ERM

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825751>

