

استراتژی بازاریابی تهاجمی و ارائه خدمات به روز اولویت بیمه رازی

معاون اجرایی مدیر عامل شرکت بیمه رازی اعلام کرد که امسال، در کنار استراتژی بازاریابی تهاجمی، بهبود فرآیندها و ارائه خدمات به روز به مشتریان و شبکه فروش با جدیت پیگیری خواهد شد.

به گزارش سایت خبری پرسون، به نقل از روابط عمومی و امور بین الملل بیمه رازی، وهاب جوادی در چهلمین جلسه سه شنبه‌های پاسخگویی که به صورت زنده از صفحه اینستاگرام شرکت پخش می‌شد، توسعه کانال‌های ارایه خدمات صدور و خسارت دهی در قالب افزایش تعداد شعب در لایه شهرهای مهم و نیز تداوم اعطای کد نمایندگی به متقاضیان حرفه‌ای و تخصصی سازی نمایندگان منتخب فعلی در بازارهای هدف مطلوب اعلامی را در دستور کار شرکت خواند و گفت: بیمه رازی ۱۹ ساله بالغ اکنون در همه مراکز استان‌ها و چند شهرستان بزرگ شعبه دارد و راه اندازی شعب در سایر مناطق را نیز ادامه خواهد داد.

وی با اشاره به این که ایجاد ۳۰ شعبه جدید در دستور کار استراتژی بازاریابی بیمه رازی است، اظهار کرد: شعب جدید شرکت متناسب با اولویت‌هایی همچون جمعیت، سهم از تولید ناخالص ملی، ضریب نفوذ و ویژگی‌های بومی استان تاسیس خواهد شد.

او همچنین اعلام کرد که بیمه رازی در سال گذشته سه شعبه جدید تاسیس و در ماه‌های آتی، چند شعبه دیگر و البته با ماموریت‌های متفاوت و متنوع در کشور افتتاح خواهد کرد.

معاون اجرایی مدیر عامل شرکت بیمه رازی با اشاره به این که شرکت موفق شد طی ۸۰ روز نخست سال جاری، بودجه برنامه ریزی شده را محقق کند، یادآور شد: پیش بینی می‌شود شرکت بیمه رازی همچون سال گذشته، رشد بیشتر از متوسط صنعت را تجربه و نسبت خسارت را نسبت به مدت مشابه کاهش دهد.

جوادی همچنین با بیان این که ارائه خدمات به صنایع فلزات اساسی، حمل و نقل، نفت، گاز و پتروشیمی به همراه پالایشگاه‌ها و صنایع پایین دستی انرژی به صورت ویژه مورد تاکید مدیرعامل است، اظهار کرد: لیدرهای این حوزه‌ها در گامی بزرگ جذب و بستر بازاریابی برای شبکه فروش ایجاد شده است که این مزیت‌های رقابتی باعث افزایش بی سابقه تقاضای کد نمایندگی از بیمه رازی شده است.

او نماینده محوری و توجه ویژه به شبکه فروش را به مثابه شاهرگ حیاتی موسسه بیمه یاد کرد و گفت: حقیقتاً معتقدیم که باید شبکه فروش فعلی را حفظ کنیم و اگرچه شاید با چشم اندازه‌های ترسیم شده فاصله داشته باشیم، اما روند اقدامات صورت گرفته اهمیت شبکه را نشان می‌دهد. طبیعی است که منابع در نظر گرفته شده سازمان برای یک نماینده با عملکرد فعلی آن متناسب است و رتبه بندی نمایندگان، جامع ترین معیار تشخیص است.

وی افزود: درصد قابل توجهی از نمایندگان شرکت بیمه رازی کارمزد ماهیانه بالایی را دریافت می‌کنند و این نشان می‌دهد که ظرفیت بسیار خوبی در شرکت برای فروش بیمه نامه فراهم شده و فرصت توانمندسازی نمایندگان رده پایین‌تر برای کسب درآمد بیشتر، از دستورات مدیرعامل شرکت است.

معاون اجرایی مدیر عامل شرکت بیمه رازی، استانی شدن جشنواره‌های فروش نمایندگان را راهکار تازه‌ای برای تقویت انگیزه شبکه فروش خواند و اظهار کرد: تجربه نشان داده جشنواره‌های فروش رایج در صنعت بیمه به صورت عمومی و با در نظر گرفتن صرفاً تخفیفات الگوبرداری شده است و نمی‌تواند از کارایی لازم برخوردار باشد، بنابراین اختیاری به شعب شرکت تفویض شده تا متناسب با بودجه، عملکرد و ضرایب خسارت خود و مقتضیات استانی و بومی، کمپین‌های فروش منطقه‌ای طراحی شود.

جوادی از جذب ۲۴۰ نماینده جنرال جدید در سال گذشته خبر داد و با بیان اینکه این تعداد جذب نماینده در مقایسه با متوسط صنعت بیمه قابل توجه است، ادامه داد: بیمه رازی پیشتر برای جذب نماینده آگهی منتشر می‌کرد، اما امروز این فرایند معکوس شده و امنیت شغلی پایدار و مزایای رقابتی موجود در شرکت، درخواست‌های متعددی برای اخذ مجوز نمایندگان به شرکت را ایجاد کرده است.

او تخصصی شدن شبکه فروش را یک الزام برای بقا خواند و گفت: نمایندگان بیمه رازی باید در همه رشته‌ها از اطلاعات کافی برخوردار بوده و در یک یا دو رشته باید به طور کامل تسلط داشته باشند تا بتوانند به صورت حرفه‌ای بر اساس استعدادها و توانمندی‌های ارزیابی شده از خود فعالیت کنند و از دقت‌داری به سمت بنگاه داری سوق پیدا کنند.

معاون اجرایی مدیر عامل شرکت بیمه رازی در ابتدای این جلسه نیز با ارایه مباحثی از تکنیک‌های مذاکره به عنوان سنگ بنای فروش موفق یاد کرد و از نمایندگان، خواست در کنار دانش فنی، تکنیک‌های اصول و فنون مذاکره را نیز فرا بگیرند تا بتوانند در جلسات از صحت انتقال مطالب خود به مخاطب اطمینان حاصل کنند.

در پایان این جلسه، دکتر ناصر الدین اسلامی فرد مدیرکل روابط عمومی و امور بین الملل بیمه رازی، سند یک درخت را به رسم مسئولیت اجتماعی به

