



behza

تهیه و تنظیم : بهزاد بهمنیار

مدرس پژوهشکده بیمه

ارتباط با ما

www.behzadbahmanyar.com

۰۹۱۲۸۳۴۷۱۱۰

اخلاق حرفه ای در بیمه



امروزه فروش در بازارهای رقابتی با رفتارها و چالش‌های خاصی همراه است. یکی از مهمترین این رفتارها که می‌تواند تأثیر شگرفی در بالا رفتن فروش بگذارد، رعایت اخلاق

حرفه‌ای است. رعایت اخلاق حرفه‌ای در کار به بالا رفتن رضایتمندی مشتری کمک می‌کند. در ادامه به تشریح انواع اصول اخلاق حرفه‌ای در بیمه می‌پردازیم.

۱- پایبندی به مقررات و تعهدات

پایبندی به مقررات به معنی احترام و عمل به قوانین و مقررات و عدم تلاش برای بی‌اثر کردن آنهاست. همچنین، پایبندی به تعهدات یعنی وفاداری به عهد، قول و قراردادهای، چه قانون بر آن نظاره‌گر باشد و چه نباشد، چه آشکار باشد و چه پنهان و هر دوی این موارد از ضروریات آغاز فعالیت بیمه‌ای هستند. هرگونه عهد و قولی که در هنگام مذاکره یا صدور بیمه‌نامه به مشتریان خود می‌دهید در ذهن آنها می‌ماند و چنانچه نتوانید به قول خود عمل نمائید، برند شخصی شما دچار لطمه خواهد شد و مشتری به شما بدبین و بی‌اعتماد می‌شود. سال‌ها پیش نماینده‌ای در یک شرکت بزرگ بیمه مشغول فعالیت بود. این نماینده اعتقاد داشت که تلفن همراه یک فروشنده هیچوقت نباید خاموش باشد و همواره پاسخگوی مشتریان خود بود. حتی زمانی که به هر دلیلی نمی‌توانست جواب دهد، در اولین فرصت با مخاطب خود تماس می‌گرفت. یکی دیگر از رفتارهای شایسته این نماینده، همراهی با مشتریان در هنگام خسارت بود. زمستان ۱۳۹۶ در یک شب بارانی تلفن همراه او زنگ خورد. یکی از مشتریان پشت خط بود. او متوجه شد عضوی از خانواده آن مشتری در فاصله چند کیلومتری شهر تصادف کرده است. مشتری فقط یک سؤال داشت که آیا برای استفاده از پوشش مالی بیمه‌نامه ثالث به کروکی نیاز است؟ حدس بزنید این نماینده بیمه در پاسخ او چه جمله‌ای گفت و بعد از آن چه کرد؟ او در ابتدا پرسید:

"حال سرنشینان خودرو چطور است؟ از شما می‌خواهم شماره تماس ایشان را به بنده بدهید تا مستقیم با وی صحبت کنم." و بعد از تماس با راننده حادثه دیده، خود را به محل حادثه رساند و سرنشینان حادثه را با خودروی شخصی به داخل شهر منتقل کرد. چند روز بعد، فردی شیک پوش، با کت و شلوار گران قیمت وارد دفتر همان نماینده شد و خود را به عنوان مدیر عامل بزرگترین کارخانه آن استان معرفی کرد. این نماینده بیمه که بسیار خوشحال شده بود با تعجب ایشان را برای نشستن در محل دفتر خود دعوت کرد. تعجب نماینده کاملاً طبیعی بود زیرا آن فرد صاحب کارخانه، همان مردی بود که چند شب پیش ماشینش دچار حادثه شده بود و امروز برای تشکر و قدردانی به دفتر او مراجعه کرده بود. مرد ثروتمندی که بیش از ۲۰۰۰ نیروی انسانی در کارخانه وی مشغول به کار بودند، اکنون خود در دفتر نماینده بیمه‌ای است که به عهد خود وفا کرده است. تنها یک سؤال که خویشاوند وی از نماینده کرده بود باعث این آشنایی شد. البته به گفته شخص مدیر عامل، چند لحظه قبل از این تماس، ایشان به بیمه‌گرش تماس می‌گیرد ولی متأسفانه با عدم پاسخ مواجهه می‌گردد. همراهی یک نماینده در هنگام بروز مشکلات برای بیمه‌گذاران شاید یک قانون نباشد اما می‌تواند یک تعهد اخلاقی و سازنده باشد.

۲- رعایت انصاف



رعایت انصاف در هر کسب و کاری باعث ایجاد رونق در آن شغل می‌شود. انصاف رفتار درست و مطابق با عدالت است و از ریشه کلمه نصف می‌آید؛ در حقیقت به معنی نصف

قرار دادن و مساوی قرار دادن است. انسان در انصاف، خود را جای دیگران قرار می‌دهد. رفتار منصفانه با طرف‌های تجاری، اجتناب از تبلیغ سوء علیه همکاران، تعیین دستمزد مناسب برای کارمندان و بازاریابان و پرداخت بموقع حق و حقوق آنها، از جمله رفتارهای متناسب با این اصل از اصول اخلاق حرفه‌ای است. هنگامی که ما انصاف را در اولویت منش کاری قرار دهیم، می‌توانیم رابطه خوبی با مشتریان، همکاران و کارمندان خود داشته باشیم زیرا انصاف موجب محبت و دوستی می‌شود و اختلافات را ریشه کن می‌کند.

۳- صداقت و داشتن اندیشه برد/برد

خودداری از ارائه اطلاعات نادرست یا اغراق برای رسیدن به فروش، توجیه کامل مشتریان نسبت به شرایط و پوشش‌های بیمه، همچنین داشتن تفکر برد/برد، مهمترین عوامل صداقت در فروش بیمه محسوب می‌گردند. تفکر برد/برد اتوبانی بین قلب و ذهن است که همواره در آن سودها دوجانبه هستند. اندیشه برد/برد در فروش بیمه عمر و سرمایه‌گذاری یعنی کلیه فروش‌ها و توافق‌ها برای هر دو طرف جذبه سودآوری و

رضایتمندی داشته باشد. وقتی که این رضایت ایجاد می‌شود، طرفین قرارداد برای اجرای آن احساس تعهد می‌کنند. هنگامی که با این تفکر با مشتری مذاکره می‌کنید، حس بسیار خوبی اعماق وجودتان را در بر می‌گیرد زیرا دیگر اصراری ندارید که به هر قیمتی حرف خود را به کرسی بنشانید. بهتر است به جای تکیه کردن بر جملاتی که به صورت کلیشه‌ای یاد گرفته‌اید، به دنبال یادگیری کلیه جوانب فروش بروید و با تلفیق معلومات خود با خلاقیت و نوآوری، آنچه مناسب مشتریان است و باعث برنده شدن آنها از خرید محصول شما می‌شود را عرضه نمایید. دقت داشته باشید که معنی اندیشه برد/برد در فروش این بیمه‌نامه آن نیست که به همه مشتریان بیمه فروشید بلکه تأکید بر فروش با کیفیت (فروش بیمه مناسب با نیاز مشتری) به همه افراد جامعه است. با در نظر گرفتن فقط سود حاصل از فروش بیمه‌نامه در هنگام فروش، نه تنها بیمه مناسبی به مشتری ارائه نداده‌ایم بلکه به سابقه حرفه‌ای خودمان نیز لطمه زده‌ایم. این تفکر به نگرش بازنده/بازنده معروف است.

۴- حفظ کرامت انسانی

منظور از حفظ کرامت انسانی، بزرگ و گرامی داشتن انسان، حفظ حرمت و اهمیت دادن به شرافت و حقوق اوست. حفظ حریم خصوصی مشتریان، همکاران و رقبا و همچنین انتخاب بازاریابان یا همکارانی که به اصول اخلاق حرفه‌ای پایبند هستند، اصول اولیه این نوع رفتار را تشکیل می‌دهند. همانگونه که در فصل اول توضیح داده شد، یکی از مهمترین ویژگی‌های بیمه‌نامه عمر و سرمایه‌گذاری، ثبت اطلاعات شخصی مشتریان است. اطلاعاتی نظیر میزان درآمد، سابقه بیماری

بیمه‌گذار و خانواده او، مشخصات ذینفعان و غیره که برای بیمه‌گذار دارای اهمیت ویژه‌ای هستند. دانستن این اطلاعات مهم و حساس در خصوص مشتریان، در حقیقت مسئولیت ما را دو چندان کرده است. حراست و پاسداری از این اطلاعات و هر اطلاعات دیگر از جانب مشتریان، باعث ایجاد اعتماد و افزایش اعتبار ما در حوزه کاری‌مان می‌گردد.

۵- احترام به حقوق اجتماعی



خداوند انسان را به گونه‌ای خلق کرده است که هیچ کس حق ندارد او را مورد اهانت قرار دهد یا وسیله این کار را فراهم سازد. همچنین، همه آنچه که خداوند

خلق کرده است ملک همه ما است و حق بهره‌برداری از آن برای همه وجود دارد. احترام به فرهنگ، آداب، رسوم و اعتقادات مشتریان، پاسداری از طبیعت، محیط زیست و توسعه پایدار، پذیرش شکایت مشتریان و تلاش برای رفع نواقص و همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد (NGO)، از مهمترین موارد این رفتار و منش اجتماعی است.