

حذف فیزیکی

بیمه‌نامه شخص ثالث؛

(مزایا)

برگرفته از گزارش پژوهشی

"مزایا و نگرانی‌های شبکه فروش و بیمه‌گذاران از

حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث"

آزاده بهادر (مسئول میز تخصصی بیمه‌های اتومبیل پژوهشکده بیمه)

روابط عمومی پژوهشکده بیمه



حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث؛ (مزایا)

برگرفته از گزارش پژوهشی "مزایا و نگرانی‌های شبکه فروش و بیمه‌گذاران از حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث"

۱. مزایای حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث

۱-۱ حل مشکل گم شدن بیمه‌نامه‌ها: در شرکت‌های بیمه، ۳٪ از اسناد کاغذی در محل نامناسب نگهداری شده و ۷٪ از اسناد کاملاً از بین می‌روند؛ ضمن آنکه بلایای طبیعی نیز می‌تواند بخش زیادی از اسناد کاغذی را از بین ببرد و در صورت آسیب یا از بین رفتن مستندات فیزیکی، راهی برای بازگرداندن آن وجود ندارد. استفاده از نسخه دیجیتال بیمه‌نامه شخص ثالث این‌گونه خسارات را کاهش خواهد داد.

۱-۲ کاهش هزینه‌ها برای بیمه‌گذاران و نمایندگان: خرید تلفنی بیمه‌نامه شخص ثالث، هزینه مربوط به پیک و پست را به بیمه‌گذار تحمیل می‌کند که صدور بیمه‌نامه الکترونیکی موجب حذف این هزینه‌ها می‌گردد. علاوه بر این، عدم نیاز به ارسال و تحویل بیمه‌نامه موجب صرفه‌جویی در وقت نمایندگان نیز می‌شود.

آزاده بهادر (مسئول میز تخصصی بیمه‌های اتومبیل پژوهشکده بیمه)

www.irc.ac.ir

 [irc.ac.ir](https://www.instagram.com/irc.ac.ir)  [irc_ac_ir](https://www.telegram.me/irc_ac_ir)

0922-0023765



روابط عمومی پژوهشکده بیمه



حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث؛ (مزایا)

برگرفته از گزارش پژوهشی "مزایا و نگرانی‌های شبکه فروش و بیمه‌گذاران از حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث"

۱. مزایای حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث

۱-۳ حفظ منابع طبیعی و کاهش هزینه‌های بیمه‌گران: صدور بیمه‌نامه کاغذی علاوه بر مصرف کاغذ، استهلاک پرینترها و هزینه نگهداری حجم عظیمی از مستندات را به همراه دارد. صدور بیمه‌نامه الکترونیکی علاوه بر کاهش هزینه‌های مذکور، هزینه اداری بیمه‌گران را نیز کاهش می‌دهد زیرا هزینه چاپ بیمه‌نامه (به منظور جلوگیری از جعل بیمه‌نامه)، از هزینه چاپ یک برگ کاغذ معمولی بیشتر است.

۱-۴ کاهش سطح ترافیک و کاهش گسترش شیوع کرونا در شرایط کنونی: با توجه به پرتفوی قابل توجه بیمه شخص ثالث، حذف فیزیکی و خرید اینترنتی این بیمه‌نامه تعداد مراجعات به شرکت‌های بیمه، نمایندگی‌ها و شعب را به میزان زیادی کاهش خواهد داد.

آزاده بهادر (مسئول میز تخصصی بیمه‌های اتومبیل پژوهشکده بیمه)

www.irc.ac.ir

 [irc.ac.ir](https://www.instagram.com/irc.ac.ir)  [irc_ac_ir](https://www.telegram.com/irc_ac_ir)

0922-0023765



روابط عمومی پژوهشکده بیمه



حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث؛ (مزایا)

برگرفته از گزارش پژوهشی "مزایا و نگرانی‌های شبکه فروش و بیمه‌گذاران از حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث"

۱. مزایای حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث

- ۱-۵ **سرعت در صدور بیمه‌نامه و سهولت در خرید آن:** نمایندگان و بیمه‌گذاران فارغ از زمان و مکان و بدون نیاز به مراجعه حضوری می‌توانند به صدور یا خرید بیمه‌نامه اقدام نمایند.
- ۱-۶ **استفاده از ظرفیت بالقوه فضای مجازی:** شبکه‌های اجتماعی به منظور گسترش فرهنگ بیمه و خدمات‌رسانی در راستای جذب مشتری بیشتر می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد.
- ۱-۷ **بهینه شدن مدیریت بایگانی اسناد:** حفظ دقیق سوابق بیمه‌گذاران اهمیت زیادی دارد و مستلزم جمع‌آوری نسخه‌های فیزیکی از تمامی مراحل فرایند بیمه‌ای است. صرفه‌جویی در فضا، آزادسازی قفسه‌ها و به حداقل رساندن کاغذبازی، با ذخیره سازی داده‌ها در کامپیوتر میسر خواهد شد.

آزاده بهادر (مسئول میز تخصصی بیمه‌های اتومبیل پژوهشکده بیمه)

www.irc.ac.ir

 [irc.ac.ir](https://www.instagram.com/irc.ac.ir)  [irc_ac_ir](https://www.telegram.com/irc_ac_ir)

0922-0023765



روابط عمومی پژوهشکده بیمه



حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث؛ (مزایا)

برگرفته از گزارش پژوهشی "مزایا و نگرانی‌های شبکه فروش و بیمه‌گذاران از حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث"

۱. مزایای حذف فیزیکی بیمه‌نامه شخص ثالث

۱-۸ **بازآرایی بهینه منابع انسانی و فضای کاری:** در بلندمدت می‌توان از نیروی انسانی و فضای اختصاص داده شده به طبقه‌بندی، نگهداری و بایگانی مستندات فیزیکی، در امور اداری با اولویت بالاتر و به نحوی بهینه‌تر استفاده کرد.

۱-۹ **آزاد شدن منابع برای بازاریابی در سایر رشته‌ها:** صنعت بیمه می‌تواند زمان و منابع آزاد شده را به بازاریابی در سایر رشته‌های بیمه‌ای، توسعه فرهنگ بیمه و طراحی محصولات جدید بیمه‌ای بر اساس نیاز جامعه اختصاص دهد.

۱-۱۰ **صرفه‌های جانبی الکترونیکی شدن صدور بیمه‌نامه:** الکترونیکی شدن صدور بیمه‌نامه، زمینه‌ساز الکترونیکی شدن سایر فعالیت‌های صنعت بیمه خواهد شد و نظارت بر رفتار بیمه‌گذار در سایت شرکت بیمه، داده‌های مفیدی از علاقه‌مندی‌ها و دغدغه مشتریان در اختیار شرکت‌های بیمه قرار می‌دهد تا با تحلیل رفتار مشتری به بازاریابی در زمینه علاقه‌مندی‌ها و جذب مشتری و قیمت‌گذاری بهینه (نه تنها بر پایه ریسک) بپردازند.

آزاده بهادر (مسئول میز تخصصی بیمه‌های اتومبیل پژوهشکده بیمه)

www.irc.ac.ir

 [irc.ac.ir](https://www.instagram.com/irc.ac.ir)  [irc_ac_ir](https://www.telegram.com/irc_ac_ir)

0922-0023765



روابط عمومی پژوهشکده بیمه