



تشکیل سبد سرمایه گذاری امن با بیمه (جلسه دوم)

مدرس:
دکتر بهزاد بهمنیار





پیشینه کارگاه

- ۱- بهمنیار بهزاد (۱۴۰۰) «سمینار سرمایه گذاری در بیمه» بیست استان کشور
- ۲- بهمنیار بهزاد (۱۴۰۱) «تدریس در دانشگاه آزاد اسلامی جمهوری اسلامی ایران در گروه مهندسی مالی و گروه بیمه»
- ۳- بهمنیار بهزاد (۱۴۰۲) «فصل دوم سمینار سرمایه گذاری در بیمه» شرکت های مختلف بیمه ای



اطلاعات مدرس و همکاران

بهزاد بهمنیار متولد ۱۳۵۹

دکتری تخصصی مهندسی مالی

نماینده برتر فروش بیمه های زندگی در بیمه ایران ۱۳۹۸

مدرس دانشگاه آزاد اسلامی

مدرس بیمه های زندگی و بازاریابی در پژوهشکده بیمه

سخنران همایش های سبد سرمایه گذاری امن با بیمه



۰۹۱۲۸۳۴۷۱۱۰



www.behzadbahmanyar.com



[behzadbahmanyar](https://www.instagram.com/behzadbahmanyar)



بیان مسأله و ضرورت انجام کارگاه

- **ضرورت تبدیل فروش های احساسی و مبتنی بر عدم آگاهی، به مذاکرات و فروش های علمی و منطقی در جهت افزایش ضریب نفوذ بیمه**
- **فقدان آموزش های سرمایه گذاری محور در برخی از محصولات بیمه ای که ذات سرمایه گذاری دارند**
- **کمک به تغییر باور فروشندگان محصولات بیمه ای و سایر اقشار تاثیرگذار اقتصاد کشور نسبت به سرمایه گذاری در بیمه با تکیه بر سبد سرمایه گذاری**
- **افزایش آگاهی و بصیرت نمایندگان و به تبعیت از آنها مشتریان برای عدم گرفتاری در دام های کلاهبرداری به جای سرمایه گذاری**



سوابق مطالعاتی و پژوهشی مربوطه

- ۱- بهمنیار بهزاد (۱۴۰۱) «مقایسه بازده سرمایه گذاری در آورده اولیه بیمه های زندگی با سرمایه گذاری در بازارهای طلا و دلار در بازه های زمانی یکساله، پانزده ساله و سی ساله» نشریه پژوهش های جدید در مدیریت و حسابداری، شماره ۵۴ صص ۱۸۵-۱۷۵
- ۲- بهمنیار بهزاد (۱۳۹۹) «کتاب چگونه هدیه بفروشیم» انتشارات شریف
- ۳- اسلامی بیدگلی و مهدی بیگدلو (۱۳۸۵) «همسنگی بازده و ریسک فرصت های جایگزین سرمایه گذاری در ایران» فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۴۴، صص ۱۷۵-۱۴۹





INPORANCE

Investment portfolio insurance





انواع مذاکره

الف- مذاکرات احساسی

دلایل استفاده کردن از مذاکرات احساسی در بیمه زندگی

- ۱- عدم شناخت محصول
- ۲- ناآگاهی فروشنده از فرآیند تصمیم گیری مشتری
- ۳- کمبود اطلاعات کافی فروشنده از قوانین پولی و مالی
- ۴- فقدان دانش مالی و بازارهای سرمایه گذاری



ب- مذاکرات منطقی

دلایل استفاده کردن از مذاکرات منطقی در بیمه زندگی

- ۱- اشراف به محصول و ابعاد و ویژگی های محصول
- ۲- شناخت نیاز مشتری و اطلاع از فرآیند تصمیم گیری مشتری
- ۳- آگاهی داشتن به قوانین پولی و مالی
- ۴- داشتن دانش مالی



محصول

ابعاد و ویژگی های بیمه زندگی و سرمایه گذاری

۱- زندگی: درمان، فوت، حادثه

۲- سرمایه گذاری: وام، بازنشستگی یا بازخریدی، سپرده گذاری



فرآیند تصمیم‌گیری مشتری

جعبه سیاه مشتری

- ۱- نیاز
- ۲- تحقیق و سوال
- ۳- تردید
- ۴- خرید و رفتار پس از خرید



قوانین پولی مالی

مهم ترین قوانین پولی و مالی برای فروش بیمه زندگی

- ۱- آئین نامه های شورای عالی بیمه: ۱۰۴، ۶۸، ...
- ۲- قوانین مالیاتی: ماده ۱۳۶، ۱۳۷، ...
- ۳- قوانین بانکی: قانون مالیات بر ارث، نرخ بهره بانکی
- ۴- قوانین بورس: رقابت ناسالم، مراتب ضرر و زیان و ...



جذاب ترین بازارها و فرصت های سرمایه گذاری در ایران

- ۱- ارز دیجیتال
- ۲- ملک
- ۳- بانک
- ۴- بورس (داخلی و خارجی)
- ۵- فارکس
- ۶- طلا
- ۷- دلار



تبدیل مذاکرات احساسی به منطقی

- ۱- واژه سازی صحیح
- ۲- عدم عرفی سازی مذاکرات
- ۳- دوربینی مذاکره
- ۴- عدالت در مراوده
- ۵- پاداش به مذاکره اخلاقی
- ۶- ركب تیزینگ



نحوه ارائه یک پیشنهاد مناسب با نیاز مشتری

۱- پوشش

۲- سرمایه گذاری

۳- هر دو



با سپاسی از شما

۰۹۱۲۸۳۴۷۱۱۰

