



احتمالاً شما نیز جزو آن دسته از **نمایندگان بیمه** هستید که اهمیت حیاتی تشکیل تیم و شبکه فروش و استخدام تعدادی از بهترین **بازاریابان بیمه** در بازار فوق رقابتی بیمه در ایران را به خوبی درک نموده‌اید.

آنچه که امروز شاهد آن هستیم این است که سقف فروش شخصی یک نماینده تازه کار حتی در بهترین حالت ممکن نیز از حد خاصی تجاوز نخواهد نمود که من به آن **سقف شیشه‌ای پورتفوی** می‌گوییم.

در این حالت، میزان بازدهی فردی نماینده در حداکثر حالت ممکن است؛ اما نکته جالب اینجاست که این بازدهی فوق‌العاده، به جای آنکه موجب خوشنودی نماینده شود برعکس، سبب ناامیدی روزافزون وی می‌گردد! **چرا؟** چون نمایندگان دیگری را در حوزه رقابت خود می‌بیند که پورتفوی ماهانه‌شان، دهها برابر وی می‌باشد.

دلیل آن نیز ساده است:

آنها دارای بازاریابانی خبره هستند که هر یک به تنهایی بازدهی بیشتری از یک **نماینده بیمه** دارند! بنابراین اگر یک نماینده‌ی امروزی، ۱۰ بازاریاب حرفه‌ای را در استخدام خود داشته باشد،

ظاهراً فروشی ۱۰ برابر بیش از شما به عنوان یک نماینده‌ی بدون تیم فروش خواهد داشت؛ اما سخت در اشتباهید! زیرا او میزان فروشی نه به میزان 10 برابر، بلکه حداقل به میزان 25 برابر شما خواهد داشت؛ فرمول آن ساده است:

فروش یک بازاریاب خبره بیمه = 2.5 برابر یک نماینده بیمه

کافیست فقط مدت زمانیکه در طول هر هفته درگیر سروکله زدن با شعبه و کاغذبازی و پیگیری امور مالیاتی و مسائل مربوط به صدور انواع بیمه‌نامه و مشکلات ایجاد شده در محل دفتر نمایندگی و... هستید را محاسبه نمایید و در پایان، زمان مفیدی که برای بازاریابی در اختیارتان باقی می ماند را با یک بازاریاب فارغ البال، آزاد و پرنرژی مقایسه نمایید تا خودتان به فرمول ساده فوق برسید.

اما آنچه را که تا اینجای کار گفتم به خصوص در شهرهای کوچک و برای نمایندگان تازه کار که فاقد تیم فروش هستند، بسیار گران تمام می شود. زیرا نماینده ای که دارای شبکه فروش است با سرعتی ۲.۵ برابر بیشتر، در حال افزایش ضریب نفوذ خود در بازار است و در کمتر از آنچه تصور می کنید، بازار را قبضه خود خواهد نمود.

این مسئله مخصوصاً در زمانیکه همان نماینده، علاوه بر داشتن شبکه فروش حرفه ای، دارای سیستم خدمات پس از فروش (نظیر باشگاه مشتریان و...) نیز باشد باز هم تشدید می شود.

آنچه که ذکر آن رفت تنها یکی از دلایلی است که لزوم استخدام بازاریابان خبره و کارکشته در نمایندگی های بیمه امروزی را نشان می دهد. بنابراین در این مقاله قصد دارم تا چند مورد بسیار حیاتی و تأثیرگذار در پروسه استخدام بازاریابان بیمه را با شما در میان بگذارم تا به واسطه به کارگیری آنها، ضریب موفقیت خود را در راستای استخدام بهترین بازاریابان بیمه به صورت چشمگیری افزایش دهید...

اگر در آن واحد به دنبال چند خرگوش بدوید، هیچکدام را نخواهید گرفت:

یکی از بزرگترین اشتباهات نمایندگان بیمه در راستای جذب و استخدام بازاریاب این است که آگهی استخدام خود را به گونه ای طراحی می کنند که بتوانند توجه همه را متوجه خود ساخته و تعداد بسیار زیادی از متقاضیان استخدام، جلوی درب دفاتر نمایندگی آنها صف بکشند تا بتوانند بهترین ها را از میان شان انتخاب کنند. اما متأسفانه باید بگوییم که این کار یک اشتباه مرگبار است!

درمقابل، کاری که شما می بایست انجام دهید انتخاب بازاریابان خوب از میان گروه خاصی از متقاضیان است. برای ساده تر شدن بحث، بگذارید تا با یک بیان دیگر، مسئله را بررسی کنیم:

من در بازاریابی بیمه (مثلاً بیمه های عمر) همواره می گویم که فواید و کارآیی های بیمه عمر را باید به کسانی عرضه کنید که به دنبال این فواید و کارآیی های خاص باشند و بدین ترتیب فروش های چشمگیری به دست آورید. آنچه در جریان استخدام بازاریاب های خوب باید انجام دهید نیز دقیقاً این است که همین استراتژی را دنبال نمایید!

به طور مثال زمانی که من برای اولین بار اقدام به جذب بازاریاب نمودم، مانند بسیاری از نمایندگان دیگر، آگهی های استخدام خود را به سمت دانشجویان نشانه رفتم تا با جلوه دادن کار بازاریابی بیمه به عنوان شغلی پاره وقت با درآمد قابل توجه، بتوانم بازاریابان خوبی به دست آورم. اما پس از مدت کوتاهی شاهد قطع همکاری بیش از ۹۰٪ آنان بودم! پس از بررسی های بیشتر متوجه شدم که یک دانشجوی، صرفاً به دنبال گذران روزگار به قصد پایان تحصیلات و بازگشتن به شهر محل زندگی اش در جستجوی شغلی با درآمد ثابت و همیشگی است. بنابراین اگر هم در ابتدای

کار، تصمیم به همکاری با من را می گرفت پس از برخورد با اولین سختی ها و ناملایمات بازار، فرار را بر قرار ترجیح می داد!

بنابراین و پس از کسب تجربه ناموفق استخدام دانشجویان برای شغل بازاریابی بیمه، به این نتیجه رسیدم که باید کاری کنم تا این شغل را از حالت یک کار پاره وقت و صرفاً کارمزدی، به یک کار تمام وقت جدی با حقوق و مزایای ثابت و برابر با موازین اداره کار تبدیل نمایم و به جای نشانه روی به سمت امثال دانشجویان، به سراغ افراد متأهل که تحصیلات و خدمت سربازی را به پایان رسانیده‌اند و حالا برای تأمین نان شب همسر و فرزندان شان به دنبال یک شغل ثابت، نان و آب دار با درآمد خوب ولی بدون نیاز به سرمایه بالا هستند بروم.

نتیجه پیش گرفتن این استراتژی در شهرهای شیراز، بوشهر، تهران و کرج عالی بود و منجر به تشکیل تیم های فروش دهها نفره و متشکل از بازاریابانی خبره که آینده خود را در گروهی فروش بیشتر بیمه نامه می دیدند گردید.

مهمترین نکته برای موفقیت به روش فوق، کنار آمدن با ترس از پرداخت حقوق ثابت و بیمه نمودن بازاریابان خوب است.

من همیشه این مثال را در کارگاهها و سمینارهایم می زنم که حکم نمایندگانی که می گویند اگر یک بازاریاب توانست خودش را به ما اثبات کند و فروش خیلی خیلی خوبی انجام دهد آنگاه به او حقوق ثابت می پردازیم و بیمه اش خواهیم نمود، مانند همان فردی است که روبروی یک شومینه هیزم سوز نشسته بود و از سرما بر خود می لرزید و مدام به شومینه می گفت: «اگر ابتدا تو به من گرما بدهی من هم قول می دهم درون تو هیزم بریزم!!!»

هیچگاه این جمله معروف را فراموش نکنید که:

«بازاریابهای خوب، مفت هستند!»

آیا پرداخت حقوق ثابت و بیمه نمودن بازاریابی که هر ماه حداقل ۱۰ برابر حقوق و کارمزدی که به او می پردازید، برای تان درآمد تولید می کند، اشکالی به همراه دارد؟ بنابراین آنچه نیازمندش هستید تنها **یک غربال مطمئن** برای یافتن اینگونه بازاریابان است که باعث می شود اطمینان حاصل کنید که به ازای هر حقوق ثابتی که می پردازید درآمدتان به نسبت ۱۰ برابر بهتر خواهد شد. اگر به دنبال چنین غربالی هستید پس به خواندن این مقاله ادامه دهید...

یک شکارچی ۲۴ ساعته باشید:

بله! بله! قبول دارم که یافتن بازاریابان حرفه ای و خبره در بیمه کار بسیار مشکلی است. تمام این بازاریابان همین حالا هم مشغول کار در صنایع و مشاغل دیگر هستند. اما این مشکل نیز راه حلی دارد. حتماً تا به حال استعدادیاب های فوتبال را دیده اید! همان افرادی که شغل شان فقط این است که از یک استادیوم به استادیوم دیگر و از سر یک زمین تمرین به زمین تمرین دیگری می روند و بهترین ها را برای باشگاه متبوع خود شکار می کنند.

به عنوان یک نماینده بیمه، کاری که می بایست انجام دهید دقیقاً مشابه همان استعدادیاب های فوتبال است. با این تفاوت که به جای استادیوم و زمین ورزش باید در مکان های دیگری به دنبال بازاریابان حرفه ای و خبره بگردید. بیایید همین حالا خواندن را متوقف کنید و چند دقیقه به این فکر کنید که بهترین بازاریابان و فروشندگان در این کشور را در چه مکان هایی می توان یافت؟ بگذارید چند مورد تقلب به شما برسانم که خودم نیز همین حالا و برای تشکیل شبکه فروش بیمه در نمایندگیهایی که به عنوان مدیر و مشاور بازاریابی با آنها همکاری دارم در آنها به دنبال بازاریابان خوب می گردم:

1. تمامی نمایشگاههای بین المللی و تک تک غرفه های آنها (خب! فکر می کنید شرکتی که در یک نمایشگاه، چندین میلیون تومان هزینه کرده است تا یک غرفه راه اندازی کند، کدامیک از

افراد شرکت را در آن غرفه مستقر می کند؟ بله! بهترین و سرزباندارترین کارمندان فروش و بازاریابان خود را... طی بقیه راه با شماست)

2. عادت کنید هر زمان که یکی از کامیونت های پخش شرکتهای مواد غذایی، نوشابه و ... را در سطح شهر دیدید ترمز کنید، از ماشین تان پیاده شوید، یک کارت ویزیت و شرح کار مخصوص جذب بازاریاب را به هر دو نفر مستقر در کامیونت تحویل دهید و به دنبال کارتتان بروید! (من قبل از ورود به صنعت بیمه، به عنوان مدیر ارشد بازاریابی و فروش در شرکت PEPSI بین الملل فعالیت داشتم و ۹۷ بازاریاب مواد غذایی را تعلیم دادم و با آنها از نزدیک کار کردم. به جرأت می توانم بگویم که سرسخت تر، پرتلاش تر و خستگی ناپذیرتر از بازاریابان مواد غذایی را در هیچ کجای این دنیا نخواهید یافت!)

3. باید بیاموزید که تور خود را تا آنجا که می توانید گسترده تر پهن کنید. در تمامی جلسات، سمینارها، مهمانی ها و... چشم و گوش تان را باز نگاه دارید تا استعدادهای درخشان را بیابید. البته به محض یافتن آنها قطعاً نمی توانید مستقیماً و فوراً آنها را دعوت به همکاری کنید. من توصیه می کنم از جملاتی شبیه اینها برای آغاز گفتگو و کشاندن موضوع صحبت به بحث دلخواه تان استفاده کنید:

- خیلی ممنون از کمکی که به ما کردید. واقعاً استعدادتان ستودنی است. آیا مدیرتان قدر این همه استعداد و خلاقیت شما را می داند؟
- آیا افرادی با خصوصیات خودتان را می شناسید که به دنبال فرصتی شغلی برای پیشرفت های چشمگیر می گردند؟
- آیا دوست دارید بدانید ما در چه زمینه هایی فعالیت می کنیم و به چه نوع افرادی با چه نوع تخصص هایی نیاز داریم؟
- ...

یادتان باشد که همواره باید شرح کار مخصوص جذب بازاریاب را به همراه کارت ویزیت تان در کیف یا جیب داشته باشید و در موقعیتی مناسب آن را در اختیار فرد موردنظر قرار دهید.

البته در جریان استخدام بازاریابان حرفه ای و خبره برای شغل فروشندگی بیمه، بحث بسیار سنگین و مفصل می باشد که از حوصله یک مقاله کوتاه مثل این، خارج است. تلاش من این است تا در آینده و در قالب چندین مقاله دیگر، به سایر نکات مهم در رابطه با مبحث داغ استخدام بپردازم. مباحثی نظیر:

- متدهای محاسبه و پرداخت پورسانت و کارمزد به بازاریابان براساس موازین آیین نامه ۶۸ بیمه های زندگی
- تدوین و پیاده سازی استراتژی پرداخت حقوق ثابت و بیمه بدون ترس از ضررکردن نماینده براساس موازین آیین نامه ۶۸ بیمه های زندگی
- تکنیکهای درج صحیح آگهی استخدام در روزنامه ها و مجلات
- روش نوشتن شرح کار مخصوص جذب بازاریاب
- تکنیکهای مصاحبه گرفتن به صورت تخصصی و حرفه ای
- روش ساخت غربال برای تشخیص بازاریابان حرفه ای از غیرحرفه ای ها
- آشنایی با سندروم آپولو و روشهای مقابله با آن در جریان استخدام بازاریاب بیمه
- تاکتیک های تداوم همکاری به صورت بلندمدت با بازاریابان حرفه ای در نمایندگی های بیمه
- متدهای افزایش سطح انگیزه و اشتیاق در بازاریابان آماتور و حرفه ای
- استراتژیهای توسعه شبکه فروش و افزایش ضریب نفوذ بازاریابان در بازارهای هدف
- روش تخصیص صحیح بازارهای هدف درست به بازاریاب درست

- روشهای فروش گروهی بیمه به ارگان ها و سازمان ها توسط بازاریابان
- و ...

درج آگهی استخدام در وبسایتهای اینترنتی:

نکته جالب توجه درباره نقش اینترنت در حوزه استخدام در صنایع مختلف کشور نیز بسیار حائز اهمیت است. از همین رو تصمیم گرفتم تا شما را با معروفترین وبسایتهایی که در حوزه استخدام فعالیت می کنند آشنا کنم.

بیمه گر و توانگر باشید...