

آینده فروش بیمه عمر بر اساس تحلیل های اقتصاد کلان

از آینده فروش بیمه عمر چقدر آگاهی دارید؟ متخصصین اقتصادی درباره بازار فروش بیمه عمر چه می گویند؟
از شما دعوت می نمایم ، ابتدا این ویدیو را تماشا فرمایید:



این پست اولین مقاله وبلاگ درارتباطیم است که بار اول با عنوان ” عصر طلایی فروش بیمه “ منتشر گردید. مطالب عنوان شده در این پست قسمتی از جزوه ای است که دو سال پیش در کلاس های آموزشی تخصصی سازمان فروش خود تدریس می کردم، تا خیال اعضا از دغدغه هایی راحت شود که وجود آنها فروش بیمه عمر را دشوار می کند.

حتما مطالعه کنید: موفقیت در بازاریابی بیمه با مطالعه کتاب ”کتابهایی که هر نماینده بیمه باید مطالعه کند“

محتویات

- 1 فروش بیمه عمر در ابتدای یک عصر طلایی است
- 2 راز ثروتمند شدن در ایران
 - 2.1 آیا حقیقت دارد؟
- 3 گرایش های بازار
 - 3.1 برای اینکه بدانیم چگونه در ابتدای این گرایش های بزرگ حرکت کنیم، باید عوامل ایجاد آنها را مطالعه کنیم:
 - 3.2 چند مثال تاریخی
 - 3.3 عدد ۱۵
- 4 حالا گرایش های بعدی بازار کدامند؟
 - 4.1 دغدغه های اصلی نسل طلایی در حال حاضر
 - 4.2 امنیت مالی خانواده
 - 4.3 بازنشستگی مطمئن
 - 4.4 آینده فرزندان
 - 4.5 نتیجه گیری

○ [4.6 قدم بعدی چیست؟](#)

○ [4.7 ثبت نام در خبرنامه](#)

■ [4.7.1 بخاطر ثبت نام از شما سپاسگزاریم. پیش از انتشار مقالات در شبکه های اجتماعی ما اول آنها را برای شما ارسال خواهیم کرد.](#)

فروش بیمه عمر در ابتدای یک عصر طلایی است

ما در این مقاله قصد داریم پرده از یک راز مهم درباره فروش بیمه عمر برداریم:

رازی که باعث ثروتمند شدن بسیاری از ایرانیان شده است. بدون دانستن این راز، ثروتمند شدن افراد به اندازه این آقایان غیر ممکن است و یک توهم به نظر می رسد: **عسگراولادی، علاءالدین، انصاری، هدایتی، ابریشم چی، بختیاری، زنوزی یا عظیم زاده.**

ما همواره معتقدیم موفقیت این افراد **اتفاقی یا شانسی** نبوده و ثروت آنها هیچ ربطی به جادو، رانت، دزدی و ریاکاری ندارد. ولی قطعاً از **رازی** بهره می برند که بسیاری از آن بی خبرند. هر کدام از این ها در صنعت و شاخه متفاوتی، از جمله فولاد، موبایل، اغذیه و غیره فعالیت کرده اند اما این راز مهم ثروتمند شدن در ایران، آن ها و بسیاری دیگر را یکی پس از دیگری به **اوج قله ثروت رسانده است** و اکنون نوبت به صنعت **فروش بیمه عمر** است.

راز ثروتمند شدن در ایران

ما قصد داریم شما را از این راز آگاه کنیم که تصمیم گرفته اید **فروش بیمه عمر** را حرفه ای ادامه بدهید. اگر تمایل دارید صددرصد انرژی خودتان را صرف انجام تجارتي بکنید و به سمت استقلال مالی قدم بگذارید، درک این راز برای شما ضروری است.

برای موفقیت در هر تجارتي به دویست درصد انرژی نیاز است که صد در صدش باید از جانب شما و صددرصد دیگر از جانب ابزار تجارت یا راه مورد انتخاب شما باشد. ما افرادی را دیده ایم که بدون خستگی صددرصد توانشان را در خدمت حرفه یا تجارتي می گذارند که آن ابزار هرگز نمی تواند صددرصد به آنها سود بدهد، زیرا ساز و کار ایجاد ثروت در آن وجود ندارد و نتیجه اش بدهی و ورشکستگی می شود.

در برابر زمانی که سیم کارت هم قیمت یک پیکان بود آقای ابریشم چی نمایندگی نوکیا در ایران را تاسیس کرده و امروزه به یکی از بزرگ ترین ثروتمندان ایرانی تبدیل شده است.

ولی با اینکه هدف شما موفقیت مالی است تا کنون کسی به شما توضیح نداده است چرا فلان ابزار تجاری به درد نمی خورد و چرا وقتتان را به هدر می دهد. این مقاله ویژه افرادی است که حاضرند صد درصد توانشان را صرف ساخت تجارتي بکنند ولی از ابزار تجاری لازم برخوردار نیستند.

آیا حقیقت دارد؟

اگر چه گفتیم باید صددرصد توان خود را صرف کنید این بدان معنا نیست که باید تمام وقت کار کنید یا از وقت خود با خانواده تان بزنید یا اینکه تجربه قبلی داشته باشید. آنچه در این مقاله درباره فروش بیمه عمر می آموزید به ما و شرکایمان این امکان را داد تا یک شرکت ۵۰ میلیارد تومانی بسازیم، بدون نیاز به کارمند، بدون حساب پرداختی و دریافتی، بدون هزینه سربار و بدون موجودی انبار.

توصیه ما این است که فقط به مطالعه این مقاله اکتفا نکنید. بلکه خوب آن را یاد بگیرید و در فروش بیمه عمر از آن بهره بگیرید

در ابتدا باید فاصله بین افرادی که می دانند چگونه برای یک فرصت تجاری ارزش قائل شوند و آنهایی که نمی دانند را برطرف کنیم:

می دانید راحت ترین کار برای کسی که موضوعی را نمی فهمد این است که بگوید: "بدرد نمیخوره" "نشدنیه" "خالی بندیه". اخیرا این راز را با یک پیمانکار موفق در میان گذاشته بودیم که او در جواب گفت: آنقدر خوب است که باور کردنش مشکل است. پرسیدیم: ارزشش را ندارد که نگاهی به آن بیاندازید؟ مکتبی کرد و پاسخ داد: خوب، می دانید عاقلانه است که بهش فکر کنم و انجامش دهم.

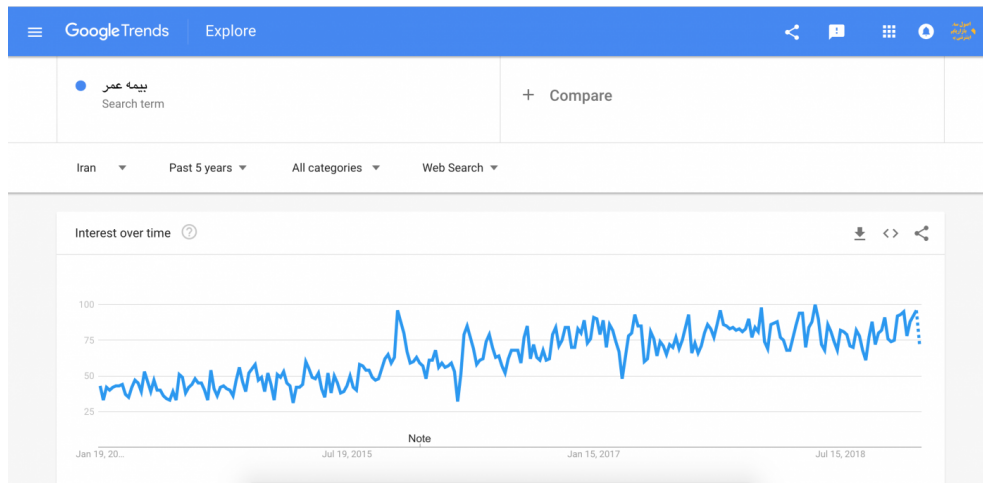
مقاله مرتبط (مناسب برای فروش بیمه عمر در همه شرکتهای بیمه) : [راهنمای فروش بیمه عمر پاسارگاد](#)

گرایش های بازار

راز مهم گرایش های بازار و زمان سنجی آن است. در تمام چرخه های اقتصادی دو دسته از افراد وجود دارند. برندگان و بازندگان. برندگان در ابتدای گرایش های بزرگ بازار حرکت می کنند و بازندگان این گرایش ها را نادیده می گیرند.

به عنوان مثال آقای انصاری پیش از رشد ناگهانی مصرف مبلمان در ایران، بازار مبل و آقای علاءالدین قبل از توسعه بازار الکترونیک، بازار موبایل را دایر نمودند.

حال به این نمودار توجه نمایید:



این نمودار میزان جستجوی کلمه بیمه عمر را طی پنج سال گذشته در ایران نشان می دهد.

برای اینکه بدانیم چگونه در ابتدای این گرایش های بزرگ حرکت کنیم، باید عوامل ایجاد آنها را مطالعه کنیم:

بدون شک مهم ترین عامل در جامعه ما نسل کودکان متولد بعد از انقلاب هستند که بزرگ ترین گرایش ها را ایجاد می کنند. این کودکان بین سالهای ۱۳۶۰ و ۱۳۷۵ به دنیا آمدند. ۲۰ میلیون از این کودکان در ایران هستند.

چرا اینقدر در مورد آنها حرف می زنیم؟ زیرا یک سوم جمعیت ایران را تشکیل می دهند و کنترل ۶۵ درصد ثروت این کشور را در اختیار دارند. ما تمام این بخش از جمعیت ایران را به یک توپ بسکتبالی تشبیه کردیم که از درون یک شلنگ عبور می کند.

آنها به هر صنعتی که می رسند آن را دگرگون می کنند. اگر بتوانید پیش بینی کنید که این توپ از کجای شلنگ میگذرد "بارتون رو بستید".

امروزه یکی از بهترین ابزارها برای شناسایی گرایش های بازار ابزار [گوگل ترندز](#) است.

چند مثال تاریخی

ما می خواهیم چند مثال تاریخی از الگوی خرید این افراد به شما ارائه دهیم.

این نسل در ابتدا نیازمند تغذیه بودند و تنها در طی ده سال این کودکان یک میلیارد و ۸۰۰ میلیون شیرخشک خریدند. وقتی این کودکان اولین قدم های خودشان را برداشتند صنعت کفش و پوشاک کودک را متحول کردند و وقتی شروع به بازی کردند شرکت های تولید اسباب بازی و خوراکی با فروش به این کودکان پولدار شدند.

ما در سال ۱۳۶۸ در عرض یک سال در ایران بیشتر از مجموع ۱۰ سال قبل و ۱۰ سال بعد از آن مدارس ابتدایی ساختیم تا جوابگوی سبیل

متقاضیان باشیم.

وقتی این کودکان به سن نوجوانی رسیدند قلم چی و گاج به دلیل آموزش این نسل برای کنکور به شرکت های چند میلیارد تومانی تبدیل شدند، بعد دانشگاه های آزاد و پیام نور شکل گرفتند و در انتها نوبت به آموزشگاه های عالی رسید.

بعد از آن بازار فست فوت و کافی شاپ برای تغذیه این نسل اوج گرفت و وقتی این نسل در اواخر دهه ۷۰ به سن ۲۰ تا ۳۰ سالگی رسیدند کدام صنعت نظر آنها را جلب کرد؟ ساختمان سازی.

چرا؟ چون این نسل برای شروع زندگی مستقل خود نیازمند مسکن مستقل با اسباب و اثاثیه بودند و این باعث رونق ۱۵ ساله بازار مسکن و لوازم خانگی در ایران شد.

بعد چه اتفاقی افتاد؟ در اواخر دهه هشتاد این بازار رو به افت کرد. مردم هنوز از آن دوران طلایی بساز و بفروش صحبت می کنند.

چرا؟ چون توپ بسکتبال از بازار مسکن گذشته بود.

این مقاله نیز به شما پیشنهاد می شود: [با توصیه نامه مشتریان شما برایتان بازاریابی بیمه می کنند](#)

عدد ۱۵

دقت می کنید؟ عدد ۱۵ مرتباً تکرار می شود. چرا؟

چون این نسل بین سالهای ۱۳۶۰ و ۱۳۷۵ به دنیا آمده اند. بنابراین فاصله بین مسن ترها و جوان ترها که عدد ۱۵ ساله که باید عدد بسیار مهمی باشد. زیرا اگر به گرایش های گروه اول این نسل توجه کنید ۱۵ سال تمام وقت دارید که از تقاضای بالای محصول خود بهره ببرید. برای همین باید ببینید نوک توپ بسکتبال کجاست.

بنابراین کسب و کار شما هر چه باشد، باید به صنایع رو به رشد یا در شرف رشد دقت کنید.

مهم نیست چقدر به فلان کار اشتغال دارید یا چقدر درس خوانده اید که تخصصی را یاد بگیرید، سوال این است که در صف اول گرایش های بازار هستید یا نه؟ به صرف اینکه چیزی یاد گرفته اید دو دستی به آن نچسبید.

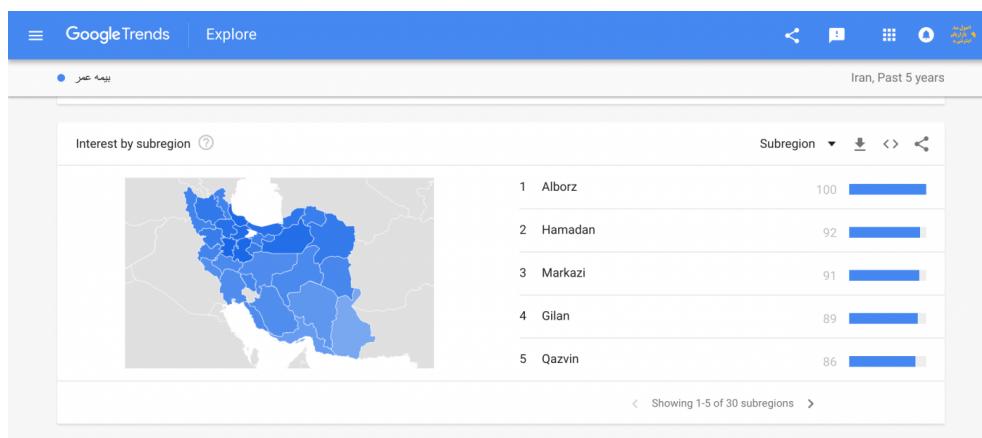
حالا گرایش های بعدی بازار کدامند؟

اگر به نوک توپ بسکتبال دقت کنید متوجه می شوید که آنها دارند به سن ۴۰ سالگی می رسند، در واقع در طول ۱۵ سال آینده در هر ۳۰ ثانیه یک نفر در این کشور به سن ۴۰ سالگی می رسد. امروزه میانگین سنی جمعیت کشور ۳۰ ساله است.

دغدغه های اصلی نسل طلایی در حال حاضر

- دغدغه ها و نگرانی های آنها چیست؟
- خواسته هایشان چیست؟
- نیازهایشان چیست؟

بیا ببینیم سه دغدغه اصلی این نسل را با هم مرور کنیم:



این نمودار استان هایی را نشان می دهد که بیشتر میزان جستجوی کلمه بیمه عمر را دارند، یعنی استان های البرز، همدان، مرکزی، گیلان و قزوین بازار بسیار داغی برای فروش بیمه عمر دارند.

امنیت مالی خانواده

تمام این نسل با واژه یتیمی و بی سرپرستی آشنا هستند، زیرا از نزدیک دیده اند که بسیاری از دوستان، همکلاسی ها یا هم بازی هایشان، پدرانشان را در جنگ تحمیلی از دست دادند و تا دوران جوانی به سختی گذران زندگی کردند.

بسیاری شان به دلیل مشکلات مالی مجبور به ترک تحصیل شدند و از بسیاری فرصت های رشد و موفقیت محروم ماندند. آنها به هیچ عنوان نمی خواهند اگر اتفاقی برایشان بیوفتد، همان مسایل ناگوار برای خانواده شان تکرار شود.

به همین دلیل روزهای زیادی را در نگرانی امنیت مالی خانواده می گذرانند

(درخواست دارم شما این جمله را کامل کنید: یعنی با فروش بیمه عمر به این نسل ...)

بازنشستگی مطمئن

تمام این نسل دیده اند که پدرانشان، حتی آنهایی که با بورسیه دولت ادامه تحصیل دادند و استخدام شدند، امروز دوران بازنشستگی سختی دارند.

هر روز تعداد زیادی از افراد شصت یا حتی هفتاد ساله را می بینند که به دلیل مشکلات اقتصادی هنوز مشغول به کارند. زیرا بیش از هشتادوشش درصد بازنشسته های امروز بین هفتصد تا یک میلیون و دویست هزار تومان مستمری دریافت می کنند که این مبلغ کفاف مخارج آنها را نمی دهد و روز به روز اوضاع مستمری بگیران بدتر می شود.

این نسل امید خود را به یک بازنشستگی مطمئن از دست داده است.

(درخواست دارم شما این جمله را کامل کنید: یعنی با فروش بیمه عمر به این نسل ...)

آینده فرزندان

تمام این نسل در تمام دوران زندگی شان به سختی مبارزه کرده اند.

برای ورود به دانشگاه، برای یافتن شغل، برای تامین هزینه ادامه تحصیل، برای تهیه هزینه ازدواج و شروع زندگی مشترک، برای یافتن هزینه مسکن و برای ایجاد هزینه شروع یک کسب و کار، هر روز خود را قربانی کرده اند و طعم جوانی را نچشیده اند.

آنها بهترین دوران زندگی خود را در افسردگی بی پولی و استرس آینده گذرانده اند و امروز تنها همین چشم انداز را برای آینده کودکان خود متصور هستند، سگ دو زدن و سگ دو زدن و سگ دو زدن.

به همین دلیل آمارها می گویند بیش از نیمی از این نسل از اینکه صاحب فرزند شوند می ترسند یا از اینکه فردی را به این دنیا آورده اند عذاب وجدان دارند. دغدغه تمام این نسل آینده فرزندان است.

(درخواست دارم شما این جمله را کامل کنید: یعنی با فروش بیمه عمر به این نسل ...)

نتیجه گیری

حال فرض کنید موسسه ی مطمئن و معتبری به این نسل پیشنهاد دهد که اگر روزانه پنج تا ده هزار تومان بدهند، هر سه دغدغه را برای شان کاملاً برطرف می کند،

چه اتفاقی می افتد؟

اگر شما یکی از موسسین یا شرکای این شرکت باشید چه پیش می آید؟

برای شراکت با این موسسه حاضرید چه بهایی بپردازید؟

اینجاست که شما به آینده درخشان فروش بیمه عمر پی می برید.

قدم بعدی چیست؟

حال به شما پیشنهاد می دهیم این مقاله را مطالعه بفرمایید: در این مقاله شما را با روشهای فروش بیمه عمر و سایر سبدها از طریق اینستاگرام آشنا کنیم و روش هایی را برای استفاده از این ابزار قدرتمند در راستای گسترش کسب و کارتان معرفی نماییم. به این ترتیب شما می توانید با سرعت بیشتری نسبت به رقبا بازار بیمه خود را گسترش دهید و پای خود را در این بازار محکم تر کنید.

می خواهیم مهم ترین رازهای بازاریابی بیمه در اینستاگرام را فاش کنم! (بروزسانی: ۱۳ دی ۱۳۹۷)

ورود به **وبلاگ درارتباطیم**

دانلود PDF کامل مقاله:



از شما تقاضا داریم نظرات خود را در قسمت دیدگاه ارسال نمایید

و هر سوال یا دغدغه ای که درباره این مقاله دارید

پایین این مقاله مطرح کنید

و هر چه سریع تر پاسخ آن را دریافت کنید.

Viewed using [Just Read](#)