

# دليل تأمين الحوادث الشخصية من متلايف

كيف تنجح في حماية عملائك

# المحتويات

## مقدمة

الدور الذي يلعبه هذا الدليل

#001 طريقة عمل متلايف

## تأمين الحوادث الشخصية وما يقدمه لك

تأمين الحوادث الشخصية من متلايف

مقارنة بين تأمين الحوادث الشخصية والتأمين على الحياة

الاستفادة من تأمين الحوادث الشخصية وتحقيق النجاح عوامل

التحفيز والمعوقات لتأمين الحوادث الشخصية

مستقبل تأمين الحوادث الشخصية

#002

#003 دورك في حياة الناس

## أسلوب بيع تأمين الحوادث الشخصية

من خلال فهم مراحل اتخاذ القرار

التعرف عن قرب عن أنواع الشخصيات المختلفة

الانطباع الأول

طرق التعارف المختلفة

التعامل مع الاعتراضات

#004 الاقتراحات الختامية

#005 مصادر وخواطر

#006 المساهمون في العمل



---

# مقدمة

---

#001

## دور هذا الدليل

تم تصميم هذا الدليل من أجلك أنت باعتبارك العنصر الأساسي في نجاح شركة متلايف. هدفنا أن ندعمك لكي تصبح من المتميزين وتتعرف على ثلاثة من العناصر الأساسية لتأمين الحوادث الشخصية التي تقدمها متلايف.

١. ما الذي يُميز برنامجنا لتأمين الحوادث الشخصية
٢. ما الذي يفكر فيه عملاؤنا المحتملون
٣. كيف تتعامل بنجاح مع عملية البيع

بالإضافة إلى ذلك، سوف تجد الموارد الأخرى التي طورتها شركة متلايف مؤخرًا ويتم الإشارة إليها في هذا الدليل.

إعتبر هذا الدليل كأنه البوصلة التي توجهك في عالم تأمين الحوادث الشخصية وتعامل معه كأنه وثيقة حيّة تتطور معك لتواكب الاحتياجات المتغيرة للعملاء وسرعة التنافس في عالم التأمين.



# طريقة عمل متلايف مواكبة الواقع الجديد معاً

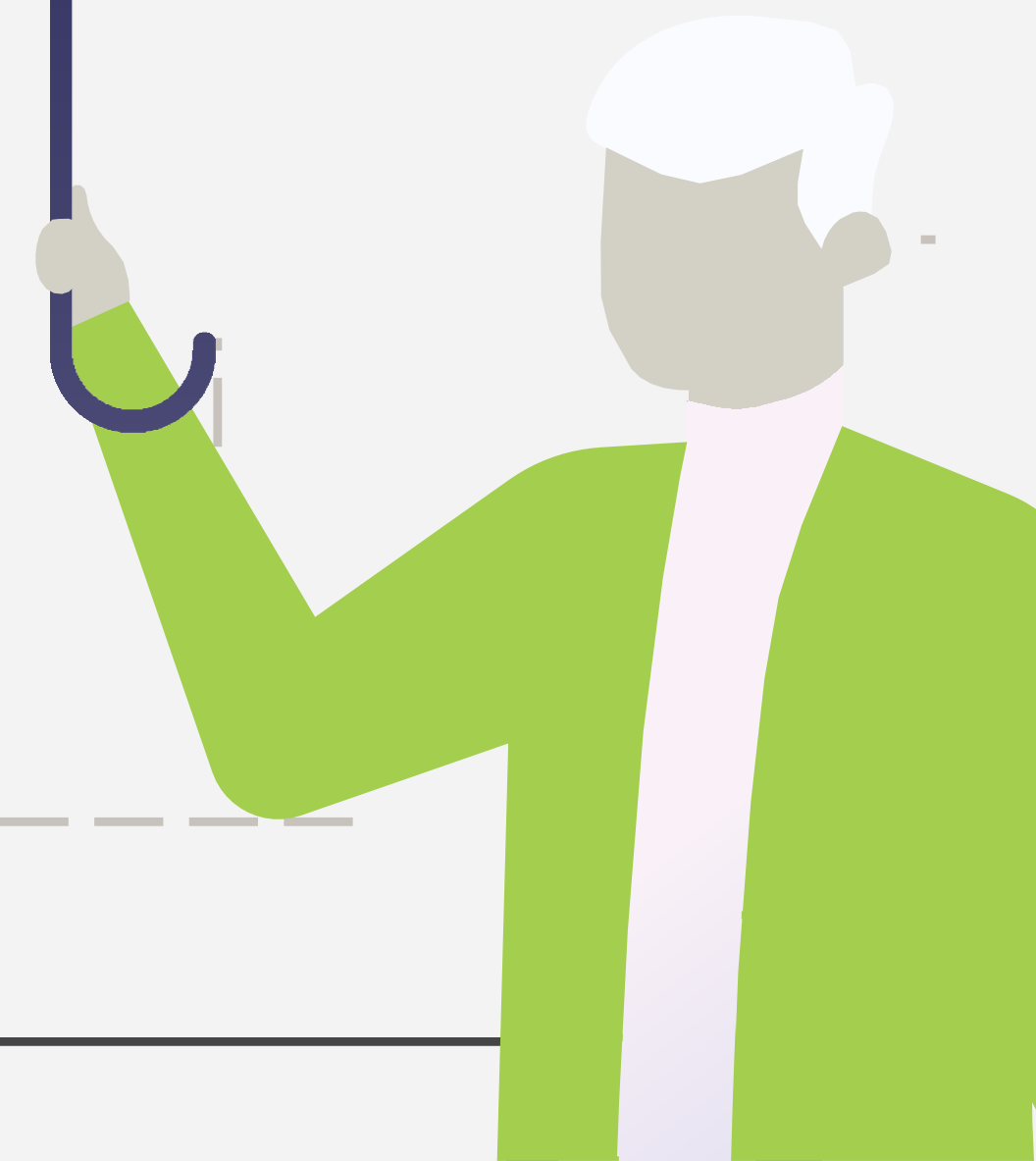
فهناك شعوراً متزايداً عند العملاء في  
الفترة الأخيرة بالحاجة إلى تأمين وحماية  
مستوى حياتهم.  
وتتصدر التحديات المالية التي تقابلهم  
تفكيرهم أكثر من أي وقت مضى.

## من بعد الجائحة لم يعد العالم كما كان.

## لذلك نتطلع إلى مستقبل ..

- تتمتع فيه عائلاتنا بالأمان المالى والحماية.
- ملئء بالحماس والكثير من الفرص الواعدة.
- يشمل الجميع ومستدام.

## معاً نبني ثقة أكبر فى المستقبل.



---

# تأمين الحوادث الشخصية وما يقدمه لك

---

#002

## العميل هو محور عملنا

نؤمن في متلايف بالمسئولية والالتزام بأن نكون بجانب عملائنا، ومساعدتهم على بناء وحماية المستقبل الذي يستحقونه. ولقد أصبح اليوم، أكثر من أى وقت مضى، من الضروري أن نزودهم بالأدوات والمعرفة اللازمة لمساعدتهم على تقييم سلامة وضعهم المالي.

تُعد الحماية جزءًا أساسياً من استراتيجيتنا في متلايف وهي ذات أهمية حيوية لنجاحنا في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا. ونظراً لحجم تعاملنا المباشر مع العملاء في المنطقة، فهدفنا أن نقدم لك كل المعلومات والأدوات التي تحتاجها والتي تساعد عملائنا عند اتخاذهم قرارات مهمة تتعلق بحماية أنفسهم وعائلاتهم وأحبائهم.

ما يميّزنا عن منافسينا في هذا المجال هو توفير الحلول التي تركز على العملاء والعلاقات القوية التي نبنيها معهم. معاً، يمكننا ضمان حماية عائلاتهم وتحقيق أهدافهم المالية.



## تأمين الحوادث الشخصية من متلايف

### الحالات التي يتم تغطيتها

التأمين على الأطفال  
حالات الوفاة نتيجة لحادث  
حالات العجز  
خدمات المساعدة

مختلف أنواع الحوادث  
الإقامة في المستشفى  
العمليات الجراحية  
معظم الأمراض الحرجة  
جائحة كوفيد-19

صُمِّمَ تأمين الحوادث الشخصية لشركة متلايف ليساعد الأشخاص في التقدم في الحياة مهما كانت التحديات - كبيرة أو صغيرة - التي تقابلهم.

### حقائق:

21% من عملائنا الذين قاموا بتقديم مطالبات، فعلوا ذلك أكثر من مرة.

69% من مطالباتنا المتعلقة بالأطفال تكون حالات كسور في العظام.

### المزايا:

المرونة وسهولة الفهم  
الشفافية فيما يتعلق بالتكاليف  
وجود خطط استثمارية كخيار إضافي



## التعامل مع التأمين على الحياة

يغطي التأمين على الحياة حدثاً لا يريد العميل تخيله، حيث أنه يتعلق بوفاته هو شخصياً.

على الرغم من أنه موضوع يصعب التفكير فيه، إلا أن شراء وثيقة تأمين على الحياة يضمن توفير الرعاية لعائلة العميل في المستقبل. فمن الصعب التحدث عن الوفاة، حيث يظل الموت والجنازات موضوعاً يُصعب تناوله مع العميل المُحتمل.

يستهدف التأمين على الحياة المواقع الأكثر تعقيداً وخطورة، وذلك بالمقارنة مع تأمين الحوادث الشخصية.

كما أنه مع الوقت وخصوصاً إن طالت الفترة الزمنية قد يبدو على التكلفة.

علمًا أن 73% يقولون أن أحد أكبر مخاوفهم هو أن يصبحوا عبئاً على الآخرين بسبب مرض أو حادث خطير.

## مقارنة بين تأمين الحوادث الشخصية والتأمين على الحياة

### تأمين أسلوب ومستوى حياة العملاء

يستهدف تأمين الحوادث الشخصية الحالات التي يُمكنها التأثير على الحياة اليومية لعملائنا.

بالنسبة لتغطية الحياة اليومية، يُنظر إلى تأمين الحوادث الشخصية على أنها ملائمة أكثر لمعظم عملائنا – الحاليين والمحتملين، وخاصةً إن لم يكن لديهم أي تعاملات سابقة مع متلايف.

ولأنها تهدف على ضمان مستوى الحياة وتحسينه، فيكون الحديث في تأمين الحوادث الشخصية أكثر إيجابية وسهولة من التأمين على الحياة، فعلى سبيل المثال من المؤكد أن موضوع حادث كرة قدم أسهل بكثير من الحديث عن الموت.

التأمين على الحياة هو بمثابة مدخلاً للترويج عن تأمين الحوادث الشخصية وزيادة مبيعاتها. وعادة يكون تأمين الحوادث الشخصية أوفر بمرور الوقت عن التأمين على الحياة.

## تغيير التركيز: الاستفادة من تأمين الحوادث الشخصية لتحقيق النجاح

بصفتك وكيلاً، قد يكون تركيزك الأكبر في بعض الأحيان على عمولة بيع كل وثيقة، ولكن ينبغي أن تعطى نفس الاهتمام والتركيز لتنمية وزيادة قاعدة العملاء المحتملين. إن التكلفة غالباً ما تكون أحد العقبات الرئيسية، ويكون رد العميل "لا أقدر عليها" لتفادي الشراء. وكثيراً ما يحدث ذلك مع الاستثمارات المالية الأكبر، مثل التأمين المختلط ووثائق الاستثمار. ففي هذه الحالة، ففكر في أن تبني علاقة مع العميل المحتمل عن طريق تقديم تأمين الحوادث الشخصية، والتي يمكن أن تكون أوفر بكثير من أي برنامج تأميني آخر في السوق. وبموجب معدلات التأمين، تشير الأدلة إلى أن بيع عدد 2 وثيقة تأمين على الحياة يتطلب 10 محاولات للبيع، وفي معظم الحالات الثمانية غير المبيعة، فإن السبب الأكثر شيوعاً هو قول العميل "لا أستطيع تحمل تكلفتها". إذا كيف تنجح في تقليل "معدل الإخفاق" الذي يبلغ حالياً 80% (8 عملاء من بين 10 يرفضون عملية الشراء)؟ الإجابة الذكية هي أن تستفيد من تأمين الحوادث الشخصية. إذا تعرفت على احتياجات العميل على النحو الصحيح، ستصبح التغطية التأمينية للحوادث طلب طبيعي له.



## مفهوم الفوز - 10/2/8

عندما تقدم للعميل حلاً تأمينياً متكاملًا للحياة والمدخرات والحماية؛ فستسمع في كثير من الأحيان (مرة أخرى) عبارة "لا أستطيع تحمل التكلفة".

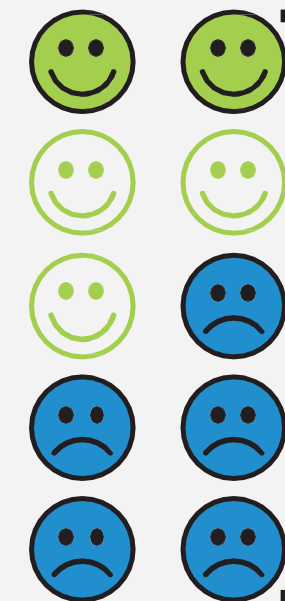
ضع نفسك في مكان العميل، وإذا كان السعر هو العامل الرئيسي؛ فحاول أن تقنعه بتأمين عنصر واحد على الأقل من البرنامج (مثل تغطية الحماية).

عند استخدام الحماية كأساس للحل التأميني، يُمكنك خفض القسط التأميني بنسبة 70%، وبذلك ستبدأ في بناء علاقة تقوم على الثقة مع العميل.



وباستخدام هذه الطريقة، ستحصل على 5 عملاء جُدد (عميلين للتأمين على الحياة وثلاثة عملاء لوثائق التأمين الخاصة بالحماية) بدلاً من الحصول على عميلين فقط.

ما الذي سيحدث إذا قدمت تغطية تأمينية للحماية بخصم 70% لهؤلاء الثمانية؟ ربما لن يقوم الجميع بالشراء، ولكن 3 من أصل 8 عملاء قد يقومون بذلك.



إذا حاولت 10 مرات مع العملاء؛ فغالبًا ستحصل على عميلين جديدين للتأمين على الحياة، ولن يستطيع 8 من هؤلاء العملاء تحمل تكلفة التغطية التأمينية.





## مفهوم الفوز - 10/2/8

لو اتبعت الخطوات الموضحة في الصفحة السابقة سوف تحصل على المزايا التالية:

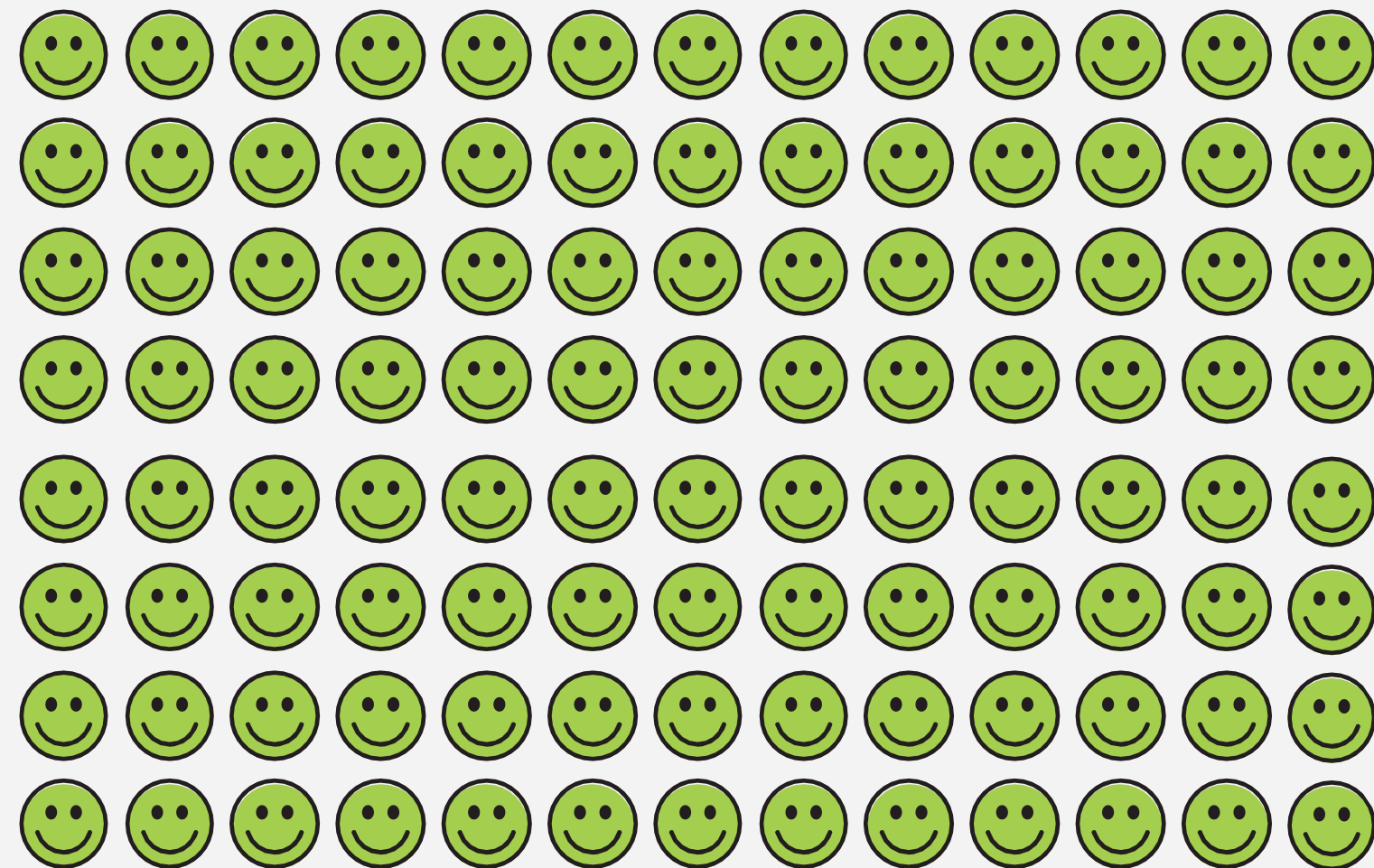
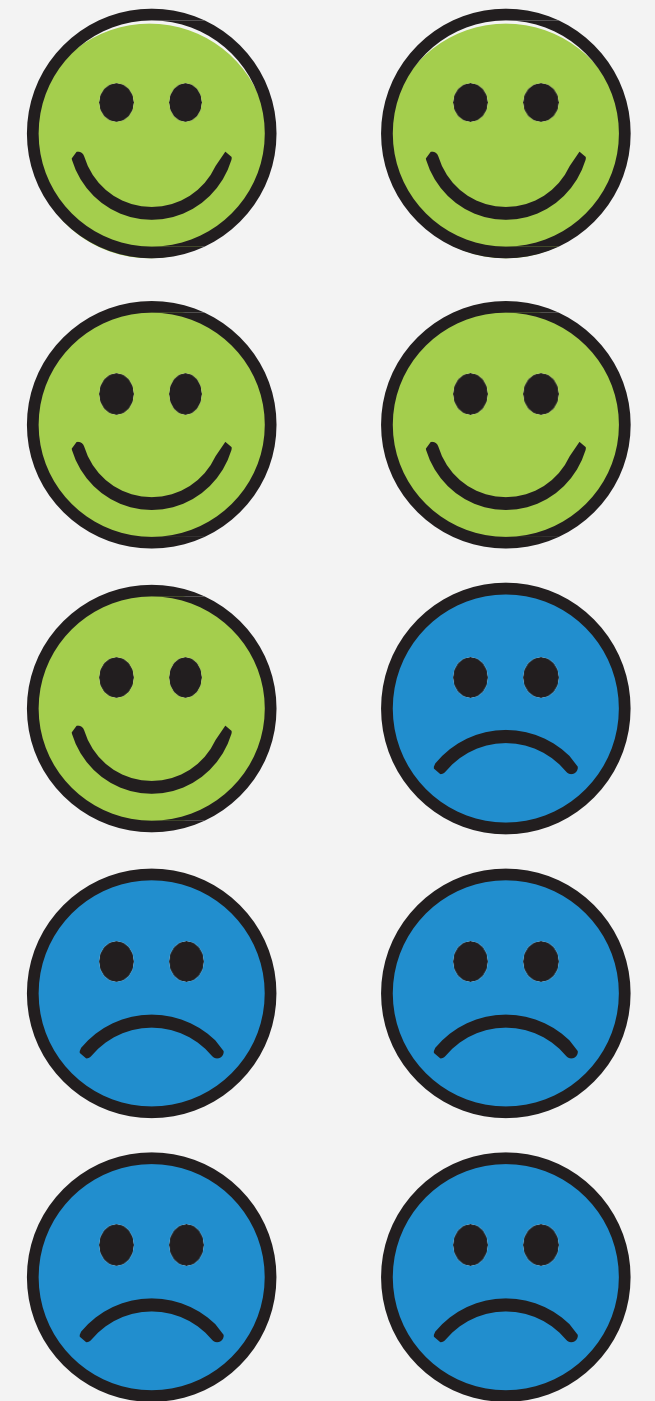
4. إذا حصلت بصفتك وكيلاً على 50 عميلاً في العام الواحد (عميل واحد في الأسبوع)، باستخدام مسرّع تأمين الحوادث الشخصية يُمكنك الحصول على ما يصل إلى 200 عميل في نفس العام!

+  
150%  
أكثر

1. ارتفاع معدل نجاحك من 2 إلى 5 عملاء جدد.

2. تتخفيض نسبة الإخفاق من 80% إلى 50%، وإذا أضفت بنسبة نجاح 50/50 تزداد احتمالات الفوز بشكل كبير.

3. تزداد قاعدة عملائك بنسبة 150%.



## مميزات بيع تأمين الحوادث الشخصية

### هذه فرصة لتصبح مليونيراً دون الفوز باليانصيب!



تتمثل هذه الفرصة في بيع تأمين الحوادث الشخصية حيث نرى في كثير من الأحيان أنه يجري تقديم عمولة ثابتة تجدد سنوياً. على سبيل المثال، إذا كانت العمولة 25% من قيمة القسط التأميني، كيف يُقارن هذا بفائدة شهادات الادخار في مصر؟



ما هو المبلغ الذي يجب أن تستثمره للحصول على نفس العائد في البنك؟  
1,500,000 جنيه هو الحل!

إذا واصلت تحقيق هذا لمدة 5 سنوات:

$$= 5 \times 125,000 = 625,000$$

تطبيق نسبة عمولة 25% = أكثر من 155,000 يورو.



ولكن إذا كنت تبيع وثيقة تأمين الحوادث الشخصية واحدة في الأسبوع:

وثيقة واحدة لتأمين الحوادث الشخصية × 50 (أسبوعاً) × 2500 جنيه (متوسط القسط) = 125,000 جنيه/ سنوياً.



متوسط معدلات الفائدة في الوقت الحالي أصبح 10%.

تخيل أن وديعة بنكية بقيمة 1,000,000 جنيه × 0,1 فائدة = 100,000 جنيه/ سنوياً.



## تأمين الحوادث الشخصية – عوامل التحفيز والمعوقات

### عوامل التحفيز

يجب أن يفهم العملاء أنهم يدفعون قسطًا صغيرًا نسبيًا مقابل تغطية تأمينية واسعة النطاق.

يمكن للعملاء بسهولة تخيل سيناريو حيث يواجهون فيه صعوبات نتيجة وقوع حادث أو مرض. بالتأكيد سيتذكرون شخصًا يعرفونه قد عانى من نفس الأمر في الماضي، مما سيجعلهم يعيدون التفكير في الأمر.

يرغب العملاء دائمًا في الحصول على أفضل مستويات الدعم من نظام الرعاية الصحية، حتى أنهم قد يفكرون في رفع مستويات الرعاية الخاصة بهم إذا كانت تضمن أفضل الخدمات.

### المعوقات

قد يعتبر العملاء أن الشركة التي يعملون بها تغطي بالفعل المخاطر المتعلقة بالصحة والحوادث.

يتوخى الأشخاص الحذر الشديد عند مشاركة بياناتهم الشخصية، لذلك يجب أن نكون مدركين لذلك عند سؤال العملاء عن التفاصيل، مثل قيمة الدخل أو أسلوب حياتهم أو السجل الطبي الخاص بهم.

يفضل العملاء الاستثمارات المالية القابلة للاسترداد، حيث يبدو من غير المنطقي الاستثمار في شيء قد لا يحدث.

يميل شخص واحد من كل شخصين إلى اعتبار أن الوقاية من الأمراض الخطيرة هي أمرًا خارجًا عن سيطرته.

## مستقبل تأمين الحوادث الشخصية

أصبحت الناس أكثر وعياً بشأن بوضعهم  
الصحي والمالي.

عندما نتجاوز هذه الأوقات الصعبة فمن المؤكد أن أولوياتنا ستتغير.  
سوف تأتي الصحة والسلامة على قمة أولويات العملاء بمجرد أن يبدأوا في  
الاستمتاع بهواياتهم وحياتهم مرة أخرى.

ولكى تحصل على حياة واعدة وسعيدة فذلك يتطلب تخطيطاً مبكراً، والذي يمكن  
القيام به بمساعدة الخبراء لتقديم أفضل الحلول عن طريق التواصل عبر  
الانترنت .

سيشهد المستقبل أن تأمين الحوادث الشخصية هو الأنسب، سواء كخيارات قائمة  
بذاتها أو كإضافة إلى حلول تأمينية أخرى مالية أو صحية.

نبذة عن حقائق خاصة بشركة متلايف:

يعتبر تأمين الحوادث الشخصية محركاً رئيسياً  
لزيادة المبيعات في أوروبا والشرق الأوسط  
وأفريقيا، حيث من المتوقع أن يبلغ متوسط النمو  
12% سنوياً من 2020-2023.

من المتوقع أن يمثل تأمين الحوادث الشخصية 26%  
من إجمالي المبيعات في أوروبا والشرق الأوسط  
وأفريقيا بحلول عام 2023.

من المتوقع أن تساهم بقوة مبيعات الوكالة من تأمين  
الحوادث الشخصية في زيادة إجمالي المبيعات.

بحلول عام 2023، من المتوقع أن يمثل تأمين  
الحوادث الشخصية 27% من إجمالي مبيعات الوكالة.



## التوجهات العالمية للسكان



أجرت شركة متلايف دراسات عالمية حول تأثير هذه الأوقات الصعبة على العملاء. يرد فيما يلي 5 اتجاهات رئيسية يجب أن تأخذها في الاعتبار لتشكيل ضمانات البيع عند التحدث مع العملاء.

**أكثر الشواغل إلحاحًا: الصحة النفسية والجسدية وسلامة الوضع المالي.**

على الرغم من كونها جائحة تخص الصحة الجسدية، إلا أن الأشخاص أقل تفاؤلاً بشأن صحتهم النفسية، وخاصة سلامة وضعهم المالي.

**يُركز الأشخاص على الوقت الحاضر، لذا يقومون بالادخار لأغراض تخص الوقت الحاضر.**

بينما يفكر الأشخاص في زيادة الحماية التأمينية، إلا أن المدخرات قصيرة الأجل أصبحت هي الأكثر أولوية.

**إنهم يتوقعون الحصول على المساعدة من المؤسسات.**

يلجأ الأفراد للحصول على الدعم من مجموعة متنوعة من المؤسسات، ويخططون لدعم مقدمي الخدمات الذين قدموا جهودًا مكثفة خلال

الأوقات الصعبة للموظفين والأفراد والمجتمعات.

**أصبحت المرونة شرطًا لا غنى عنه، وخاصة للمنتجات.**

يتوقع الأشخاص أن منتجاتهم وحلولهم المالية ستتسم بالمرونة على النحو الذي يُلبى احتياجاتهم.

**أصبح التواصل الرقمي م أساسياً.**

هناك تقدمًا ملحوظًا بشأن ارتياح الأشخاص لاستخدام الوسائل الرقمية وزادت توقعاتهم بشأنها، وأصبحت أحد العوامل المساهمة في الحفاظ على الصحة في هذا

العالم الجديد.



# دورك في حياة الناس

#003

## مدى الأهمية التي تمثلها كوكيل

تذكر دائمًا : الثقة هي مجال عملنا.

استمع جيدًا إلى عملائك وأعطى اهتمامًا كبيرًا لاحتياجاتهم، وتأكد من أنك تفهمهم على النحو الصحيح. فأنت الشخص الذي يعتمدون عليه للأمان والحماية، مما يترتب عليه قدرًا كبيرًا من المسؤولية والحاجة إلى التعاطف معهم الدائم. تُشير الأبحاث إلى أن الانطباع المأخوذ عنك يكون أكثر أهمية من مزايا المنتج والتكلفة. ودائمًا ضع في اعتبارك عند التعامل مع العميل المحتمل، أن احتياجاتنا ومخاوفنا البشرية هي نفسها في أي مكان في العالم.

إن التحدث إلى عملائنا الحاليين التعرف على دوافعهم ومشاعرهم في هذه الأوقات الحالية أمرًا هامًا للغاية، وتحتاج إلى تطوير علاقتك مع العملاء بشكل أكبر؛ حتى يتمكنوا من الوثوق بك والاعتماد عليك عندما يحتاجون إلى الحماية.

يتوقع ما يقرب من 80% من عملائنا سماع أخبار بانتظام من وكيل التأمين الخاص بهم.

## ما الذي يقوله الوكلاء الناجحون عن تأمين الحوادث الشخصية

"ما تقدمه هذه البرامج المتميزة للعائلات أمر رائع حقاً. ف الأمر لا يقتصر فقط على وثيقة تقوم ببيعها، إنما هو تحدى أن تجد البرنامج المناسب للعائلة المناسبة بناءً على احتياجاتهم وميزانيتهم. هدفى أن أقدم المزيد من الدعم لأكبر عدد ممكن من العائلات."

"أعتقد أننا يجب أن نكون مسئولين عن أنفسنا وعائلاتنا، وعندما أتواصل مع عميل يقتنع بذلك ويبدأ التفكير بنفس المنطق."

# أسلوب بيع تأمين الحوادث الشخصية

#004

## التوقعات

### تجربة أفضل للعميل

الفهم الجيد للعميل هو أول خطوة لإتمام أي صفقة، ويتطلب إتمام أي صفقة إجراء اجتماع واحد على الأقل وإلى ما يصل لثلاثة اجتماعات (أو أكثر)، ومن الممكن أن تصل المدة بين كل اجتماع والآخر لأسبوعين.

مزيد من القابلية من  
جانب العملاء

اتخاذ القرارات  
يستغرق وقتًا

إضفاء طابع إنساني  
خلال التعامل

إن التعامل مع الشكوك السائدة حالياً يجعل العملاء أكثر وعياً بتأمين الحوادث الشخصية، مما يجعلهم يشعرون بمزيد من الثقة بشأن تأمين حياتهم ووظائفهم ودخلهم.

يمكن أن يستغرق فهم احتياجات العملاء والوصول إلى اتفاق نهائي ما بين 1-3 اجتماعات (إن لم يكن أكثر)، ومن الممكن أن تصل المدة بين كل اجتماع والآخر لأسبوعين.

تواصل العملاء رقمياً مع شركات التأمين أصبح واقعاً، ومع ذلك، لا يزال إضفاء اللمسة الإنسانية مهمة عند مرحلة معينة في التعامل.

# مراحل اتخاذ القرار

## اتخاذ الإجراء الصحيح في الوقت المناسب

من المهم أن تتعرف على طريقة تفكير العميل في جميع مراحل عملية الشراء لأن احتياجاته قد تختلف في كل مرحلة.

### وسائل التواصل المحتملة

بوست فيس بوك / لينكد إن

البريد الإلكتروني،  
اليوتيوب، المكالمات الهاتفية

البريد الإلكتروني،  
الموقع الإلكتروني

المكالمات الهاتفية ، فيس بوك، رسائل الواتس آب

### الموضوعات المحتملة للمناقشة

هل لدينا منتج مُحدد يتناسب مع أسلوب حياتهم الحالي؟

هل يُمكننا أن نقدم شهادة من عميل آخر؟  
هل نوفر تغطية ضد كوفيد-19؟

هل لدينا مميزات أكثر أم سعر أفضل؟

ما مدى المرونة التي يتسم بها العقد؟ هل الجزء الاستثماري يستحق؟

### المعرفة

### الاستفسار

### الأخذ في الاعتبار

### الشراء



## معرفة أنواع الشخصيات المختلفة عن قرب

حددت متلايف 3 شخصيات يجب أن تضعها في اعتبارك عند استهداف عملاء جُدد. ستساعدك معرفة هذه الشخصيات في استهداف وتطوير الاستراتيجية الاجتماعية للمبيعات الخاصة بك.

لو وضعت نفسك مكان هذه الشخصيات المختلفة، سوف تفهم العميل على نحوٍ أفضل ومنه تطور من أسلوبك للبيع، خاصة في المراحل الأولى من التعارف. هناك أيضًا مزيد من التفاصيل بشأن هذه الشخصيات، بما يشمل السلوكيات الرقمية ووسائل الاتصال التي يفضلونها، في قسم الموارد.



الشخصية

نادية محفوظ

سيدة أعمال ثرية في الشيخ زايد

محامية | 40 - 60 عامًا

الشخصية

أدهم دياب

المادى الطموح

مدير التسويق | 30 - 40 عامًا

الشخصية

مصطفى الخولى

من جيل الألفية الذي يتطلع لأشياء عظيمة

مهندس | 20 - 35 عامًا



# أساليب حياة مختلفة احتياجات متماثلة

## الشخصية 1

لديها حياة مهنية ناجحة وأساس مالي قوي.

أسلوب حياتها صحي وتستمتع بالأشياء الراقية في الحياة. تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متكرر، وتتخذ قرارات الشراء بعد دراسة، ودائمة المواكبة للأخبار.

حريصة على حماية أطفالها، وتقلق لمستقبلهم.

قلقة بشأن جميع جوانب الصحة، فيما يتعلق بالتقدم في السن والرفاهية المالية لها ولأطفالها، كما تقلق بشأن انعدام الأمن الاجتماعي والسياسي.

## وسائل التعارف المحتملة:

فكرة توفير المزيد من الحماية لها ولأسرتها، خاصة الآن. بين منتجات التأمين المناسبة للاختيار من بينها.

## الشخصية 2

مجازف، منفتح على العالم، ويمتلك الكثير من الأصدقاء، ويحب المنافسة والاجتهاد.

مادى في حياته، ويحب أحدث الأدوات الإلكترونية ولديه أسلوب حياة فاخر.

ليس لديه عائلة بعد، حيث أن حياته المهنية لها الأولوية القصوى. لديه اهتمام متزايد بموضوعات الصحة والرفاهية.

بارع في الأمور الرقمية، وكثير التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويهتم بتقييم ومراجعة المنتجات.

لديه قلق متزايد بشأن كيفية الحفاظ على أسلوب حياته الحالي خلال هذه الأوقات الصعبة.

## مقارنة وسائل التعارف المحتملة:

يحتاج للشعور بالاطمئنان بشأن المحافظة على أسلوب حياته الحالي الذي اعتاد عليه. سهولة فهم تفاصيل المنتج والوثائق المتعلقة به.

## الشخصية 3

من جيل الألفية النشط، متفائل بشأن مستقبله، على الرغم من أنه لا يمتلك أي خطة محددة.

يأمل بالمزيد من الاستقلال المالي وأن تكون حياته هادفة. يمتلك دائرة كبيرة من الأصدقاء، سواء في حياته اليومية أو على وسائل التواصل الاجتماعي.

مدمن لوسائل التواصل الاجتماعي، ويتستمتع بالمحتوى المضحك. لديه قلق بشأن كوفيد-19، خاصة من الناحية المالية، حيث يستخدم دائماً تسهيلات السحب على المكشوف قبل نرول المرتب.

لا يفكر أبداً في المنتجات التأمينية، ولكن أصبح مهتم في الفترة الأخيرة بحماية مصدر الدخل والوظيفة الخاصة به.

## وسائل التعارف المحتملة:

من الأفضل التعامل معه بطريقة غير رسمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

شرح المنتجات بطريقة سهلة، باستخدام تجارب سابقة وحقيقية للعملاء.



## الانطباع الأول

### ما يجب أن يشعر به العملاء: الأمان والاستقلال والثقة

يتخذ البشر قراراتهم بناءً على العواطف، والتي لا تكون دائماً عقلانية. عندما تتواصل لأول مرة مع عميل محتمل أو عميل حالي، اجعله يشعر وكأنه في شراكة مبنية على الثقة.

- عند الاجتماع عبر الإنترنت، اعلم أن العميل سيكون مدة اهتمامه وتركيزه أقصر، ففيما يلي بعض الطرق للحفاظ على تركيزهم:
- لا داعي للتوتر، فلا داعي لمناقشة كل شيء في الاجتماع الأول، ولكن الهدف هو فهم احتياجات العميل وتقديم معلومات أساسية عن تأمين الحوادث الشخصية.
- اذكر أن جميع المعلومات ستبقى سرية وليس هناك إطار زمني مُحدد لاتخاذ قرار محدد.
- تعرف أكثر على حياتهم، فمثلاً ما هو مدى وعيهم بصحتهم وخطر التعرض لحادث؟
- ركّز على كيفية حماية أسلوب حياتهم الحالي والحفاظ عليه دون سؤالهم أسئلة صادمة (على سبيل المثال: إذا تعرضت لحادث سيارة، كيف ستتجو من الناحية المالية)؟
- إذا طلب العميل مزيداً من المعلومات التفصيلية عن تأمين الحوادث الشخصية، فقدم تلك المعلومات لهم ولكن فقط في حال سير المناقشة في هذا الاتجاه.
- اجعل الحديث شخصي، ولا تطبق نصاً معداً مسبقاً. إذا كانت لديك أسئلة محددة، فتأكد من أنها مناسبة وذات صلة بالموضوع.



## الحصول على المزيد من العملاء المحتملين

### كن اجتماعيًا أكثر

من المهم أن تصبح محل ثقة وأن تكون على معرفة بعملائك المحتملين.

### 8 محاولات

هذا هو متوسط عدد التفاعلات قبل تحديد موعد المكالمات.

### متابعة واحدة

يعتقد معظم الوكلاء أن فرصة اكتساب العميل المُحتمل تضيع عندما لا يستجيب العميل للمتابعة الأولى. ومع ذلك، هناك احتمال بنسبة 21% أن تحصل على رد على رسالتك الثانية على بريدك الإلكتروني إذا لم يتم الرد على الرسالة الأولى.

وفي بعض الأحيان قد يستغرق إتمام الصفقة مع العميل **عدة أشهر**.

اسأل عمًا إذا كان عملاؤك على استعداد للتوصية بك لمعارفهم وأصدقائهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي. سيؤدي هذا إلى زيادة دائرة تفاعلك.

ضع في اعتبارك أنواع الشخصيات الموضحة في هذا الدليل قبل أن تحدد العملاء الذين سوف تستهدفهم.

قم بالتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث سيؤدي ذلك إلى زيادة الثقة التي يمكنك اكتسابها من العملاء المحتملين. عند اللقاء لأول مرة، قم بتعريفهم بالاختيارات المتاحة لهم.

حاول إعادة التواصل مع العملاء الذين لم تنجح معهم سابقًا. اطرح موضوعات جديدة للمناقشة وتبادل معهم أي معلومات قد تُثير اهتمامهم.

يجب عليك بناء تواجد رقمي فعال والذي يعكس أسلوبك الشخصي الخاص، مثل مدونة إلكترونية، أو مدونة مرئية أو موقع مصغر الخ. يؤدي ذلك إلى إنشاء قاعدة عملاء محتملين جدد ويساهم في زيادة مصداقيتك بشكل عام.

## اكسب ثقتهم

احرص على تواجد مهني قوي على وسائل التواصل الاجتماعي وحافظ على التفاعل، حيث سيمنحك هذا صورة كمشارك نشط وموثوق به؛ وسيؤدي ذلك بدوره إلى مزيد من الاستفسارات من جانب العملاء المحتملين وسيتيح الفرصة لإقامة المزيد من المناقشة. لمزيد من التفاصيل، يرجى قراءة كتيب البيع الاجتماعي.

## الحصول على المزيد من العملاء الجدد

«ما يُحدد توقيع العقود هو الاهتمام الذي أعطيه للحدث المفاجئ والغير متوقع، وبهذا أحقق للأشخاص الذين أقابلهم راحة البال الذي يريدونها»  
- ميرا شهوري

«عند التواصل مع العملاء المحتملين نحرص على استخدام الكلمات المؤثرة. فبمجرد أن نطمئن على حماية عائلاتنا من الأحداث المفاجئة، نعيش حياتنا بثقة وراحة بال.»  
- ايوان ليتا

«أدت تجربتي مع العملاء المحتملين عبر الإنترنت إلى تعاون جميل مع عميل يعمل في بنك. من المهم جدًا أن يتم الاتصال بالعملاء المحتملين فور استلام معلوماتهم في اليوم نفسه فالناس تتوقع منا الاستجابة الفورية.»  
- بترونيلا دوميترو

"وسيلة التواصل عبر الهاتف هي أفضل مؤشر لنتيجة إيجابية في المناقشة القادمة. كما أن وجدنا أن العملاء المحتملين عبر الإنترنت يقدمون توصيات جيدة"  
- ايلينا بيريسانو

## طرق التعارف المختلفة

اطلب التوصية فقط،  
وليس عميل محتمل

تحدث مع عميلك المحتمل  
بشأن هواية أو اهتمام معين  
لديه. فهذا يخلق مشاركة  
أعمق وتبادل للثقة.

ما أحبه في هذه  
الوظيفة

شارك بعضاً من تجاربك  
كوكيل بكل مصداقية. إذا  
شعر العميل المحتمل أو  
الحالي أنك متحمس  
لمساعدة الناس، فإن ذلك  
يوفر لك جهداً كبيراً  
لاحقاً.

ترجمة المصطلحات  
الخاصة بالمبيعات/  
التسويق/ المالية

تأكد من شرح المعلومات  
التي تقدمها للعميل  
المحتمل بعبارات بسيطة  
وسهلة، وربطها بأنشطة  
وأمثلة من الحياة اليومية.

توقع بعض الأسئلة

أثناء دراستك لشخصية  
العميل المحتمل، تأكد  
من إعداد بعض  
الإجابات عن أسئلتهم  
المحتملة واسأل عن أي  
مخاوف قد تكون لديهم.

## بناء الثقة

### قد يستغرق الأمر وقتًا

قد يستغرق العميل وقتًا لإدراك حاجته إلى الحماية والتأمين. يُمكن أن يدرك ذلك في الاجتماع الثاني عند إتمام الصفقة، لذا تأكد من استعدادك لتقديم جميع الخيارات له.

### لمستك الخاصة

تعد الاجتماعات عبر الإنترنت الآن جزءًا من المعتاد، ويجب طمأنة العميل أنه يمكنك تقديم نفس الخدمة التي يقدمها الاجتماع وجهًا لوجه. إن أشياء بسيطة مثل التأكد من أن الكاميرا تعمل على نحو جيد ستضمن نتيجة ناجحة.

### الأسس المشتركة

حاول أن تكون على وفاق مع العميل عن طريق التعرف على حياته؛ فهذا سيساعدك على بناء علاقة أقوى معه.

### حياة سعيدة

ما الذي يحقق السعادة في حياتهم؟ تعرف على الإجابة وسلط الضوء على أن التأمين يمكن أن يساعد في الحماية والحفاظ على أسلوب حياتهم.

### شرح كيف يعمل التأمين بشكل عام يساعد في الإقناع

اشرح كيف أنه في حالة تقديم مطالبة، فالأموال المدفوعة ستفوق الأقساط بكثير.





## التعامل مع الاعتراضات

تذكر أن تستعين بالتجارب السابقة في الشركة وإنجازاتها. فنحن نعمل في هذا المجال لأكثر من 150 عامًا.

### تعاطف مع "مخاوفهم"

تساعد التجارب السابقة على شعور العملاء بالأمان. اجعل أكبر عدد ممكن من التجارب السابقة "في متناول يدك"، مع واحدة على الأقل أو أكثر لكل «مجموعة من الأسئلة» التي يمكن أن تُطرح.

استمع جيدًا للاعتراض؛ لتقديم إجابة لاحتياجهم الحقيقي وكن صادقًا بشأن ما يغطيه البرنامج وما لا يغطيه.

قدم للعميل جميع الاختيارات المتاحة له، حتى يشعر أنه يمتلك زمام الأمور وأن له حق الاختيار.

يتمثل أحد مخاوف العملاء في إذا كان بإمكانهم الحصول على الأموال بمجرد تقديم المطالبة.

كما أنهم يقلقون من أن تكون الفوائد والتغطية غير كافية لدعم علاجهم، مع عدم سداد الشركة للتعويضات على الفور.

تشكل أيضًا التساؤلات بشأن مدى التغطية وما إذا كانت ستدعم العلاج الذي سيحتاجون فتكون مصدر للقلق.

إنهم يشعرون أن الشركة لن تعمل على توفير التغطية الكاملة وسيحاولون إيجاد أسباب لعدم السداد.

يقلقون أيضًا أنه بمجرد توقيع العقد، لن يكون هناك اتصال آخر حتى التجديد.

## ابق على اتصال

بعد توقيع العقد، ضع جدولاً زمنياً للاجتماعات للتواصل . يمكن أن يحدث من خلال مكالمة هاتفية أو مع رسالة عادية. تأكد أنهم يتابعونك على وسائل التواصل الاجتماعي.

احرص على أن تكون متاحاً للعميل عند حاجته لك، وأجب على جميع أسئلته قدر الإمكان. توقع أي أسئلة قد يطرحونها وكن جاهز بالإجابة.

## لا تضع ضغوطاً

قد يستغرق الأمر شهوراً حتى يتخذ العميل قراراً بشأن وثيقة التأمين، لذلك تحلى بالصبر وابق على اتصال معه بانتظام.

## حدد إطاراً زمنياً

أذكر الخطوات التالية أمام العميل حتى قبل توقيع العقد؛ فهذا قد يساعد في تأمين إتمام الصفقة وبناء الثقة مع العميل.

## اشرح الخطوات التالية



# سيناريو البيع: عندما نتبع الأسلوب الصحيح، نبني علاقات تدوم

## ١- "لا أستطيع تحمل تكلفتها"

الوكيل: عندما تفكر في الأمر، فإن أي حادث قد يقع فجأة في الوقت الحاضر سيكلفنا أكثر من ٣٠٠٠ جنيه، أليس كذلك؟  
العميل المحتمل: نعم

الوكيل: يُمكن إضفاء مزحة قصيرة مثل "هل تعلم أنه بثمن كوب القهوة كل يوم يمكنك توفير تغطية لكل شيء؟"

## ٢- "لا أستطيع تحمل تكلفتها"

الوكيل: لهذا السبب تحديداً فإنك تحتاج لتأمين، أتعرف لماذا؟ مع ارتفاع تكلفة المعيشة بالصورة التي هي عليها اليوم، إذا تعرضنا أنت أو أنا لحادث غداً، سنكون بحاجة إلى كل المال الذي يمكننا الحصول عليه، أليس كذلك؟

العميل المحتمل: نعم

الوكيل: إذاً هل أقوم بإضافتك؟

## ٣- "إن التأمين أكثر من اللازم"

العميل المحتمل: أمتلك العديد من وثائق التأمين، ولا يُمكنني إضافة المزيد.  
الوكيل: هذا صحيح، جميعنا لدينا العديد من وثائق التأمين، وبالتأكيد لديك وثيقة تأمين على سيارتك، أليس كذلك؟

العميل المحتمل: نعم

الوكيل: وأنا أيضاً، ولكن ما يزيد عن ٥٠٠٠ جنيه من متوسط القسط التأميني على السيارات يذهب لتغطية المسؤولية المدنية والأضرار التي تلحق بالمتلكات. هذا يعني أنه إذا تعرض شخص ما للضرر؛ سيستفيد من مبلغ الـ ٥٠٠٠ جنيه الذي أدفعه، فمن المنطقي إذا كنا ندفع ٥٠٠٠ جنيه لحماية شخص غريب، أليس من الأفضل أن ندفع ٣٠٠٠ جنيه فقط لحماية من نحب، أليس كذلك؟

العميل المحتمل: نعم

الوكيل: إذاً هل أقوم بإضافتك؟



## سيناريوهات البيع: عندما نتبع الأسلوب الصحيح، نبني علاقات تدوم

### ٤- بيع تأمين الحوادث الشخصية

الوكيل: عند قيادة سيارتك، هل يكون معك أدوات لإصلاح العجل أو عجلة احتياطية؟

العميل المحتمل: أكيد

الوكيل: وكم مرة تعرض العجل للثقب؟

العميل المحتمل: لم يحدث ذلك من قبل (لمرة واحدة أو أكثر، انظر أدناه).

الوكيل: لم يحدث حتى ولو لمرة واحدة! إذاً لماذا تحتاج إلى عجلة احتياطية في سيارتك؟

العميل المحتمل: لاحتياطات السلامة (أو "على سبيل الاحتياط" وما إلى ذلك).

الوكيل: لاحتياطات السلامة. هذا بالضبط ما يفعله تأمين الحوادث الشخصية. هو احتياط السلامة لك ولمن تحب. فنحن نعلم جيداً أن الحوادث تحدث فعلاً ولا أحد يعرف وقت حدوثها.

\*إذا مر العميل الخاص بك بتجربة تعرض إطار سيارته للثقب:

الوكيل ما هو شعورك عندما يكون لديك عجلة احتياطية؟

العميل المحتمل: أشعر بالطمأنينة طبعاً، وأستطيع أن استكمل رحلتي بسهولة بعد تغييرها.

الوكيل: نعم، أعتقد أننا مثل الجميع، نأمل في الأفضل وفي نفس الوقت نكون مستعدين للأسوأ. هل تشاركني الرأي؟

العميل المحتمل: نعم، أكيد.

الوكيل: هذا هو ما تمثله وثائق التأمين ضد الحوادث الشخصية وبها تكون أخذت الخطوات التي تحميك وتحمي عائلتك. فتتطلع إلى الأفضل في الحياة ولكنك مستعد لمواجهة أي صعوبات. فبكل بساطة الوثيقة هي العجلة الاحتياطية لحياتك. اسمح إن أشرح تفاصيل التأمين ضد الحوادث.

## سيناريوهات البيع: عندما نتبع الأسلوب الصحيح، نبني علاقات تدوم

### ٥- مثل "سفينة تيتيك"

العميل المُحتمل: لا أحتاج للتأمين ضد الحوادث الشخصية، لأنني حقا لا أعتقد أن أي مكروه سيحدث لي.

الوكيل: أنا متأكد من أن كل شيء سيكون على ما يرام إن شاء الله ولكن تخيل أنك ذاهب لرحلة على متن سفينة سياحية تبدو رائعة وتبحر في المحيط بقوة، ويقولون عنها أنها غير قابلة للغرق، ولكنك لاحظت شيئاً غريباً وهو عدم وجود قوارب نجاة على متنها. ما رأيك ، هل تصعد على متن مثل هذه الباخرة؟

العميل المُحتمل: لست متأكداً، ولكن على الأغلب لن أفعل.

الوكيل: ولما لا؟

العميل المُحتمل: لأنه قد يحدث شيء للسفينة وربما نحتاج لقوارب النجاة.

الوكيل: بالضبط هذا هو ما أعنيه، أن وثيقة الحماية من الحوادث تمثل قارب النجاة الخاص بك ، فقط في حالة حدوث مكروه للسفينة.

## سيناريوهات البيع: عندما نتبع الأسلوب الصحيح، نبني علاقات تدوم

### ٦- البطل الخارق

العميل المُحتمل: لا أعتقد أنني يمكن أن أتعرض لإصابة خطيرة في حادث.

الوكيل: انا لست متأكدًا مما إذا كنت من متابعي سلسلة الأبطال الخارقين Marvels أم لا، ولكن ما رأيك في تعرضهم للضرب طوال الوقت ومع ذلك دائمًا ينهضون دون أن يصابوا بأذى؟

العميل المُحتمل: هذا لأن الفيلم يستند إلى الخيال العلمي.

الوكيل: نعم، أتفق معك تمامًا. لذا، ما تقوله هو أنه من المستحيل أن يصابوا ويبقوا سالمين؟

العميل المُحتمل: بالضبط.

الوكيل: لذا إن تعرض بطل خارق للأذى، ألا توافق على أننا كأشخاص عاديين قد نتعرض أيضًا للأذى؟

العميل المُحتمل: غالباً.

الوكيل: إذا حدث مكروه لنا، أليس من الأفضل الحصول على مساعدة إضافية من التامين ضد الحوادث؟

## ٧- "الكرة البلورية"

العميل المُحتمل: أوكد لكم - لن يحدث لي مكروه.

الوكيل: أنا حقًا معجب بالثقة التي تتحلى بها، ولكن هل تمتلك كرة بلورية تخبرك بالمستقبل؟

العميل المُحتمل: ماذا تقصد؟

الوكيل: الأشخاص الوحيدون القادرون على معرفة المستقبل هم العرافون الذين ينظرون إلى كراتهم البلورية أو بطاقات التاروت ويرون المستقبل.

العميل المُحتمل: هل تسخر مني؟

الوكيل: بالطبع لا، ولكن أنا فقط أقول أنه لا يمكننا معرفة ما سيحدث لنا في الساعة القادمة أو ما إذا كنا

سنصاب بأي حادث. الشيء الوحيد الذي نعرفه هو

أنه إذا حدث مكوره ما لنا؛ فستكون هناك حاجة

شديدة للتأمين ضد الحوادث، ألا توافقي الرأي؟

## ٨- "الرهن أو القرض ذو السداد الذاتي"

العميل المُحتمل: لدى رهناً.

الوكيل: إذا، لا قدر الله، أصبحت لا تستطيع العمل فجأة، هل تعتقد أنك ستظل تتحمل سداده؟

العميل المُحتمل: لا اعتقد ذلك.

الوكيل: إذن، أفترض في هذه الحالة عندما تتصل بالبنك وتخبرهم أنك تعرضت للإصابة

ولا يمكنك سداد القرض؛ فسيلغون هذا الرهن بكل بساطة، أليس كذلك؟

العميل المُحتمل: لا، ليس كذلك.

الوكيل: كيف ستسدد هذا القرض إذاً؟

العميل المُحتمل: لا أدري، لم أفكر في الأمر بعد.

الوكيل: دعني أوضح لك كيف وبأقل تكلفة إضافية على القسط الحالي للقرض يُمكنك جعل

هذا الرهن يختفي، في حالة وقوع حادث.

- خذ مبلغ القرض كمبلغ مؤمن لحالة الوفاة العرضية و/ أو حالة العجز الدائم.

- قم بحساب القسط الشهري.

- قارنه بالقسط الشهري للقرض.

- ستري أن التكلفة الإضافية لتحويل القرض في حالة وقوع حادث لا تضاهي قسط

القرض ومخاطر القرض غير القابل للسداد.



## قصة حقيقية #١

قررت إحدى عميلتنا وعمرها ٤٥ عاماً الحصول على تأمين **SMART Protect**، ومن حسن حظها اقترح وكيلها إضافة بند "Top Protect" إلى وثيقة التأمين الخاصة بها، لأنها خضعت بالفعل لعملية جراحية في عنق الرحم. بعد عام واحد، اكتشفت أنها مصابة بورم في الثدي. بعد الجراحة، علمت العميلة أنه سيجري تعويضها عن العملية وتوفير العلاج اللاحق. اليوم تشعر عميلتنا بالارتياح وهي ممتنة للطريقة التي ساعدناها بها في اجتياز هذا الحدث المفاجئ بسلاسة.

سيباستيان هو شاب رياضي ونشيط، حصل في سن الرابعة والعشرين على تأمين متلايف مع تأمين إضافي ضد الحوادث والأمراض والإقامة في المستشفى. بعد عام واحد، استفاد من هذا التأمين عندما تم تشخيصه بالإصابة بورم أرومي دبقي. لحسن الحظ فور تلقيه التشخيص، أرسل سيباستيان سجلاته الطبية إلى شركة متلايف، وبفضل كفاءة دفع الأموال المطلوبة، بدأ العلاج في اليوم التالي. الآن يشعر بتحسن ومستمر في تلقي العلاج.

فريدون جيزر هو رجل عامل في منتصف العمر من تركيا تعرض لحادث بينما كان يقطع الخشب في حديقته. اتصل بمستشاره المالي السيد "نذير شاهين" طلباً للمساعدة، وأخبره عن العمليات الجراحية اللازمة وعن تكلفتها وأن رحلة الشفاء تتطلب وقتاً طويلاً. لم يكن السيد/ فريدون يعرف حتى أن لديه تأميناً، لكن نذير ساعده في الحصول على أموال التعويض التي كان في أمس الحاجة لها لسداد ديونه. إن الحادث الذي تعرض له فريدون دفع نذير للعمل بحماس أكبر للوصول إلى المزيد من العملاء من أجل مساعدتهم عند الحاجة.

## قصص حقيقية #٢

جون هو أحد العملاء لدينا منذ حوالي ٤ أعوام، واختار التأمين على الحياة بسبب طبيعة عمله عالية المخاطر. بعد بضعة أشهر واجه جون مشكلة صحية تتعلق بالأورام، وفي هذه اللحظة أدرك جون القيمة الحقيقية لتأمين متلايف وكان يمثل في هذه الحالة وكيل التأمين الخاص به السيدة/صوفيا أندراي. فقد ساعدته على الحصول على التغطية التأمينية والحماية اللازمة، وكان المبلغ مساهمة في غاية الأهمية للتغلب على "مرحلة عسيرة" في حياته. الآن جون في حالة جيدة جداً وهو فخور بأن يعتبر نفسه جزءاً من عائلة متلايف.

"كم أنا سعيد أن تكون متلايف جزءاً من حياتي! المنتجات على كفاءة عالية، وعلاقة الجودة بالسعر تفوق التوقعات! أنصح أي شخص يبحث عن منتجات تأمينية من شركة متلايف أن يحصل عليها عن طريق السيدة/ صوفيا أندراي، فهي شخص محترف وموثوق للغاية وتأخذ دائماً المبادرة والمواظرة!"

"كان هدفنا حماية حياتنا على المستوى المالي بشكل أساسي، ومن هنا اكتشفنا منتجات متلايف. ذهبت إلى مكتبهم، وهناك تشرفت بلقاء صوفيا. لقد كانت محترفة للغاية في التعامل وشديدة الاهتمام. متلايف كانت الخيار الأفضل بالنسبة لي، فهي شركة تأمين أنصح بها بشدة!"

## قصص حقيقية #3

اتصل أحد عملائنا بوكيله ليخبره أن ابنته مصابة بورم في المخ يتطلب جراحة باهظة الثمن في الخارج. فأبلغه الوكيل أنه بفضل برنامج التأمين الذي كان لديه فإن شركة متلايف ستغطي التكاليف، وذكره بأن تأمينه الطبي يكفل تغطية تأمينية لكل عائلته في جميع أنحاء العالم. بعد ثلاثة أسابيع، جرت الجراحة بشكل جيد، وقامت شركة متلايف بتسوية المطالبة مباشرة مع المستشفى. أصبح عميلنا الآن ممتنًا جدًا لوكيله وهو يعتبره جزءًا من عائلته.

تعرضت إحدى عميلاتنا التي تبلغ من العمر ٤٧ عامًا لكسر في كلا ذراعيها عند التزحلق على الجليد. كانت الكسور في العظام معقدة وتتطلب عدة عمليات وإعادة تأهيل على المدى الطويل. بعد عام، طُلب منها استكمال العديد من المستندات الطبية، ولكنها كانت تشكو من أنها لا تمتلك الوقت للقيام بذلك، ولكن وكيلها أقنعها باستكمال تلك الوثائق؛ وبعد فترة، تلقت مبلغًا كبيرًا من المال يفوق كل التوقعات من شركة متلايف، لأنه قد تم تفعيل برنامج حالات العجز بعد سنة من الحادث، واليوم أصبحت أكثر العلماء لدينا ولاءً.

عندما تعثر عميل في دفع أقساط وثيقة التأمين ضد المخاطر الخاصة به لمدة شهرين متتاليين، قرر وكيله الاتصال به لمعرفة ما حدث. فوجده لا يمتلك أي سيولة مالية وقتها فلقد كانت حياته في الفترة الأخيرة في حالة من الفوضى التامة: من عطل في سيارته، ومرض طفله، وغرق منزله، بالإضافة لعدم حصوله على الحافز. واكتشف ان كل ذلك قد حدث لأنه غير مؤمن عليه! ولكن بعد سداده للإيصال المستحق، اتصل بوكيله ليخبره أن حياته بدأت تتحسن بالفعل.

## قصص حقيقية #٤

سيرجي فيكتوروفيتش هو صيدلي يبلغ من العمر ٥٧ عامًا، وهو شخص مليء بالطاقة ويحب المغامرات الجديدة مثل، التزلج وركوب الدراجات السريعة. بعد مناقشة مع وكيله، قرر إصدار برامج التأمين لعدد أكبر من أفراد عائلته، لأن في رأيه يجب أن يعتمد كل شخص على حماية تأمينية موثوقة. فكما يقول تشتري طفاية حريق ليس لإشعال الحريق، بل لإطفائه عند نشوبه. نفس الشيء مع وثيقة التأمين، فأنت تقوم بإصدارها ليس من أجل الحصول على تعويض تأميني عن الإصابة أو المرض، ولكن لتحقيق الاستقرار المالي وراحة البال.

في عام ٢٠١١، أصدر أحد العملاء وثيقة تأمين شامل لضمان الاستقلال المالي في المستقبل، حيث نصحه مستشاره بإضافة التأمين إلى الوثيقة، ولكنه رفض، معتبراً أنه مضيعة للمال. في عام ٢٠١٨، تعرض لحادث سير خطير، حيث كان في السيارة أربعة أشخاص وأصيبوا جميعاً بجروح خطيرة، قضوا شهوراً في تلقي العلاج وإعادة التأهيل، باستثناء عميلنا، والذي كان الوحيد بينهم الذي لديه وثيقة تأمين. من وقتها وهو يُسدد أقساطه التأمينية في مواعيدها، ولم يعد ينظر للتأمين على أنه "مضيعة للمال"، ولكن أصبح التأمين مصدرًا للطمأنينة بالنسبة له.

"تمثل الأورام النسائية موضوعاً شخصياً جداً يصعب التحدث فيه على نطاق واسع. لا نبالي ونعتقد أنه لن يحدث لنا، ولكن غالباً ما تأخذ الحياة اتجاهها معاكساً. اكتشفت شركة متلايف، وأنا ممتنة لوكيل التأمين الخاص بي لمساعدتي في اختيار البرامج التأمينية (الخاصة بصحة النساء) وكذلك لشركة متلايف لسداد المبلغ المطلوب لمكافحة المرض وإعادة تأهيلي. أنا أيضاً فخورة بنفسني وقراري لشراء وثيقة التأمين، واعتبر نفسي "بطلة". سأواصل علاجي وأنا كلى ايمان أن كل شيء سيكون على ما يرام."



## قصص حقيقية #٥

أنهى أحد العملاء اتفاقية مدتها ١٠ سنوات، كان قد وقعها في عام ٢٠٠٧. وفي نهاية المدة، عُرض عليه إعادة استثمار الاستحقاق التأمينية في وثيقة تأمين جديدة، ووافق بكل سرور. اختار برنامجاً شاملاً مع السداد بدفعة واحدة وتغطية تأمينية جيدة في حالة الأمراض والحوادث. بعد عام واحد، أصيب بالتهاب رئوي، مما أدى إلى خلل في جهاز المناعة لديه، وحُجز أربع مرات بحالة خطيرة في المستشفى، بما فيه إصابته بكوفيد-19، وفي كل مرة كان القسط التأميني كافياً بالكامل لتغطية جميع النفقات الطبية.

أرغب في الحديث عن تجربتي مع الطبيب الذي كنت أقدم له الخدمات، حيث وقع الجراح، المؤمن عليه ٦ سنوات، في حفرة إنشاءات عند مغادرة مكتبه. وبمجرد جمع الوثائق والتقارير اللازمة، قمت بسداد التعويضات اللازمة عن الضرر. تأثر هذا العميل بالحادثة بشدة واتصل بجميع أصدقائه ينصحهم بضرورة الحصول على التأمين، على الرغم من أنه لم يكن مقتنعاً في البداية بالتغطية التأمينية ضد حالات العجز المؤقتة. ظل يتحدث عن تجربته والحادثة الذي تعرض له لدرجة كاد أن يحقق المبيعات بنفسه! هذه القصة مهمة للغاية لأنها أكدت لي مدى تأثير الضمانات الصغيرة على حياة الإنسان."

السيدة/ كارولين هي أم لطفلين ولديها تاريخ عائلي للإصابة بالسرطان تقول أن التجربة التي مرت بها أختها جعلتها تعيش عن قرب مدى صعوبة أثر تشخيص السرطان على العائلة، على الجانبين العاطفي والمالي على حد سواء. وبعد شهر من تجديد خطة التغطية التأمينية الخاصة بها ضد الأمراض الحرجة، تم تشخيصها بسرطان المبيض. أحدثت وثيقة التأمين فرقاً بالنسبة لها، حيث ساعدتها على التركيز على التعافي وليس القلق بشأن سداد التكاليف.

## قصص حقيقية #٦

تعرض السيد/ E الذي يعمل كعامل تنظيف النوافذ لحادث سقوط من الطابق السابع على سطح زجاجي، وأصيب بكسور في أماكن عديدة في العمود الفقري وذراعه الأيسر والحوض والكتف والمرفق والفاك، وأمضى ١٩ يومًا في المستشفى لتلقي العلاج. يحصل حامل الوثيقة على ٤ وحدات من التغطية التأمينية. قيمنا المطالبة وسددنا ما يبلغ في الإجمالي ٤٩٤٠٠ جنيه إسترليني، والتي تشمل ٤٥٦٠٠ جنيه إسترليني للكسور في العظام، و ٣٨٠٠٠ جنيه إسترليني للإقامة في المستشفى. ساعدنا السيد/ E على التركيز على التعافي من خلال دعمه بمبلغ ٤٩٤٠٠ جنيه إسترليني.

اتصل السيد/ P بنا ليخبرنا أنه للأسف جرى تشخيص ابنه بالسرطان. وهو حامل وثيقة على ٥ وحدات من التغطية التأمينية، بما فيه التغطية الاختيارية للأطفال. دخل ابنه للمستشفى مرتين، بإجمالي ٨١ يومًا إقامة في المستشفى، وسددنا ٨١٠٠ جنيه إسترليني تكلفة إقامته في المستشفى، و ٢٥٠٠٠ جنيه إسترليني لتشخيص سرطان الأطفال. اتصل بنا السيد/ P خلال وقت لاحق من العام لإبلاغنا أن ابنه يتعافى بشكل جيد ويأمل في العودة إلى الجامعة. ساعدنا العائلة على التركيز على شفائه بدفع مبلغ ٣٣١٠٠ جنيه إسترليني.

تعرضت السيدة/ D لحادث سقوط من الحصان، وأصيبت بجروح خطيرة. كانت حاملة وثيقة على وحدتين من التغطية التأمينية. قضت السيدة/ D ١٤ يومًا في المستشفى وتم استئصال طحالها، بالإضافة إلى تعرضها لكسر في أحد الضلوع. عانت من مزيد من المضاعفات واحتاجت إلى الإقامة في المستشفى لمدة يومين إضافيين. دفعنا مبلغ ٢٠٠٠٠ جنيه إسترليني لحالة الاستئصال، و ٤٠٠٠ جنيه إسترليني للكسر في العظام، و ١٦٠٠٠ جنيه إسترليني لفترتي الإقامة في المستشفى. فساعدناها على التركيز على التعافي وذلك بسداد ٢٢٠٠٠ جنيه إسترليني.

---

# مصادر وخواطر

---

#005

## فكر محلي

- قد توفر الرؤية المحلية الثاقبة أسبابًا مقنعة لشراء برنامج تأمين الحوادث الشخصية.
- كن على اطلاع بما يدور حولك في المجتمع عند بيع تأمين الحوادث الشخصية.
- فمثلاً تمتلك بعض الدول منظومة رعاية صحية جيدة جداً، بينما لا تتوفر هذه الإمكانيات لدى دول أخرى.
- تُعتبر خدمة الحصول على رأي طبي ثاني ميزة أخرى يمكن تسليط الضوء عليها.
- إذا كان الاقتصاد في نمو، يُمكن أن يفكر الأشخاص في استثمار المزيد من الأموال.
- يجب أن تندمج مع المجتمع المحلي وأن تكون على دراية بالعادات والتقاليد.



## الدليل الاجتماعي للبيع

### ضاعف تواجدك الاجتماعي

استخدم أصول مكتبة متلايف الرقمية واستفيد منها ومن المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي. المكتبة الرقمية تتضمن التالي:-

- Social posts
- LinkedIn InMail
- المنشورات الإلكترونية
- الأصول الرقمية الرئيسية الأخرى (المدونة الإلكترونية، وخلفيات مكالمات الفيديو، وصور الحساب والغلاف & profile cover pictures) على مواقع التواصل الاجتماعي.



## نصائح ومهارات رقمية

### انشأ صفحة مهنية على أحد مواقع التواصل الاجتماعي

اختر صورة مهنية تعكس صورة إيجابية عنك. قم بإبراز النشاط المهني الحالي الخاص بك (مثل: وكيل لدى شركة متلايف)، الخلفية الأكاديمية الخاصة بك والإنجازات الهامة الأخرى التي حققتها.

### تفاعل مع وجهات النظر

قم بنشر محتوى يتعلق بمجال التأمين، قدم تعليقات على المقالات الإخبارية وأضف وجهة نظرك الخاصة. ما هي المعلومات المهمة التي لديك بصفتك وكيلاً ولكن لا يعرفها العملاء المحتملون؟

## تابع صفحات المجموعات المختلفة واشترك في الحوار معها

انضم وتابع وشارك في مجموعات النقاش عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تهتم بالتوجهات والموضوعات المتعلقة بالتأمين بشكل عام. تجنب نشر معلومات عن شركة متلايف، وخاصةً منتجاتها، ما لم تكن هناك فائدة ملموسة للمجموعة الذي تشارك فيها.

## كن متجاوباً

قم بتهنئة الأشخاص المنضمين إلى صفحتك على إنجازاتهم. حاول أن تصحح قدر الإمكان المعتقدات الخاطئة بشأن المنتجات التأمينية.

## اخلق بيئة مريحة

تأكد أن هاتفك مشحون بالكامل قبل الاتصال بالعميل. ستتحدث كثيراً مع العميل، لذا اجعل زجاجة المياه قريبة منك. احرص على وجود خلفية ملائمة ورائك، ويُمكنك استخدام نماذج الخلفيات المجودة على ملف محتوى متلايف الرقمي. ضع المكتب في مكان ذو إضاءة طبيعية، وتجنب أن تجلس وظهرك في مقابل النافذة وأن يكون الضوء المباشر أمامك. اجعل الكاميرا قريبة قدر الإمكان لمستوى العين، بحيث تكون على بعد متر واحد منك. إذا كانت الكاميرا على مستوى منخفض حاول أن تستخدم بعض الكتب أو ما يشابهها لرفع مستوى الكاميرا.

## شكر خاص

ما كان سيتحقق إصدار هذا الدليل لولا الدعم المتواصل من عائلة متلايف الكبيرة.  
نوجه شكراً خاصاً لكل من ساهم في هذا المشروع:



آني مارينا

روسيا

ستانيسلاف كريفان

سلوفاكيا

سلمى كوكتورك

تركيا

أليكسي ميكولينكو

أوكرانيا

غابور ريجيني

المجر

مهند القدسي

الأردن

مريم صايفي

لبنان

إيزابيلا باربرا كولاركزيك

بولندا

آنا صوفيا أندراي

البرتغال

جريتزا زمفاير

رومانيا

ميهايلا كارشاكوفا

بلغاريا

جريجوريس جريجوريو

قبرص

بافيل بيكاريك

التشيك

سلوى حنا

مصر

كوسماداكييس سوتيريس

اليونان

رائد العمري

الخليج

