

رقم الدورة 1877

دورة إدارة محافظ المنتجات التأمينية

المنتجات والتسعير التأميني
التأمين وإدارة المخاطر

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

تقدم هذه الدورة إطاراً مهنياً واستراتيجياً متكاملاً لإدارة محافظ المنتجات التأمينية وتحسين أدائها على امتداد دورة حياة المنتجات. وتركز على تمكين شركات التأمين من تحسين مزيج المنتجات، وتعزيز القدرة التنافسية، وزيادة قيمة العملاء، وتحقيق النمو والربحية، مع المحافظة على الانضباط في إدارة المخاطر والاكتتاب.

تتناول الدورة دورة حياة المنتجات التأمينية بصورة متكاملة، بدءاً من استراتيجية المنتجات وتقسيم المحافظ، مروراً بتحليل الأداء والتسعير وأداء الاكتتاب والتوزيع وسلوك العملاء والربحية، وصولاً إلى تطوير المنتجات وإعادة تصميمها وإعادة تموضعها أو إنهاؤها. كما يتعلم المشاركون كيفية تقييم المنتجات الفردية والمحفظة ككل لاتخاذ قرارات مبنية على البيانات.

تركز الدورة بصورة خاصة على تحليلات المحافظ وإدارة الأداء، بما يشمل نمو الأقساط، وتجربة المطالبات، ونسب الخسائر، والربحية، والاحتفاظ بالعملاء، واكتساب العملاء، والانتشار السوقي، وأداء قنوات التوزيع، وتركيز المنتجات، والتعرض للمخاطر، والاعتبارات المتعلقة برأس المال.

كما تغطي الدورة حوكمة المنتجات، وإدارة المخاطر، والمتطلبات التنظيمية، وحماية العملاء، وابتكار المنتجات، والتحسين الاستراتيجي للمحافظ. ويعمل المشاركون على تطوير أساليب عملية لتحقيق التوازن بين فرص النمو والانضباط في الاكتتاب والربحية وقيمة العميل والكفاءة التشغيلية واستدامة أداء محفظة المنتجات على المدى الطويل.

أهداف الدورة

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحليل الدور الاستراتيجي لإدارة محافظ المنتجات التأمينية في تحقيق النمو المستدام.
- تقييم محافظ المنتجات وفقاً لطلب السوق وقيمة العملاء والمخاطر والربحية والأهمية الاستراتيجية.
- تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة محافظ المنتجات بما يتوافق مع أهداف الشركة.

- تطبيق أساليب تقسيم المحافظ لتحديد المنتجات عالية النمو وعالية القيمة والمنتجات منخفضة الأداء.
- تحليل أداء المنتجات باستخدام مؤشرات الأقساط والمطالبات ونسب الخسائر والاحتفاظ والربحية والسوق.
- تقييم العلاقة بين تسعير المنتجات وأداء الاكتتاب والتوزيع وربحية المحافظ.
- تحديد مخاطر التركيز والتراكم والتعرض للمخاطر داخل محافظ المنتجات.
- تقييم فرص تطوير المنتجات وإعادة تصميمها وإعادة تموضعها وتوسيعها أو rationalization.
- استخدام تحليلات العملاء والسوق لتحديد فرص تطوير وابتكار المنتجات.
- تعزيز التنسيق بين إدارات المنتجات والاكتتاب والتسعير والمطالبات والتوزيع وإدارة المخاطر.
- إنشاء لوحات متابعة ومؤشرات أداء وآليات مراجعة لمحافظ المنتجات.
- تطبيق مبادئ حوكمة المنتجات وحماية العملاء والامتثال وإدارة المخاطر.
- تطوير إجراءات استراتيجية لتحسين أداء محافظ المنتجات وقدرتها التنافسية وربحيتها.

الفئة المستهدفة

تستهدف هذه الدورة المتخصصين المسؤولين عن استراتيجية المنتجات التأمينية وإدارة المحافظ وتطوير المنتجات والاكتتاب والتسعير والتوزيع والتسويق وتجربة العملاء والأداء التجاري.

وتناسب بشكل خاص مديري المنتجات التأمينية، ومديري محافظ المنتجات، ومديري الاكتتاب، ومديري التسعير، ومحلي المحافظ، ومديري تطوير الأعمال، ومديري التوزيع، ومديري التسويق، ومديري تجربة العملاء، ومديري المخاطر، والمتخصصين المشاركين في إدارة دورة حياة المنتجات وقياس أدائها.

كما تعد الدورة مناسبة للمديرين التنفيذيين وصناع القرار المسؤولين عن نمو شركات التأمين، وربحية المنتجات، والتوسع في الأسواق، وتحسين المحافظ، وإدارة التعرض للمخاطر، وحوكمة المنتجات، والأداء الاستراتيجي للأعمال.

مخرجات التعلم

- عند إتمام الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:
- شرح مبادئ وأهمية إدارة محافظ المنتجات التأمينية.
- تقييم هيكل وتركيب ومساهمة محفظة المنتجات التأمينية في أداء الشركة.
- تقسيم المنتجات وفق إمكانات النمو والربحية والمخاطر وقيمة العميل والموقع السوقي.
- تحليل أداء المنتجات باستخدام المؤشرات المالية والفنية ومؤشرات العملاء والسوق.
- تقييم نمو الأقساط وأداء المطالبات ونسب الخسائر والاحتفاظ والربحية والانتشار السوقي.
- تحديد المنتجات منخفضة الأداء وعالية المخاطر والناضجة وذات الإمكانات المرتفعة.
- تقييم تأثير قرارات التسعير والاككتاب والمطالبات والتوزيع على أداء المنتجات.
- تحديد مخاطر التركيز والتعرض للمخاطر داخل محافظ المنتجات.
- تطوير استراتيجيات لتحسين المنتجات وإعادة تصميمها وإعادة تموضعها وترشيدها.
- استخدام بيانات العملاء والسوق لتحديد فرص ابتكار المنتجات.
- تطوير لوحات متابعة ومؤشرات أداء لمحافظ المنتجات.
- تعزيز حوكمة المنتجات واتخاذ القرارات المشتركة بين الإدارات.
- تطبيق مبادئ المخاطر والامتنال وحماية العملاء في قرارات إدارة المحافظ.
- موازنة قرارات المنتجات مع استراتيجية الشركة وشهية المخاطر.
- إعداد خطة عملية لتحسين وإدارة محفظة المنتجات التأمينية.
- المحاور التدريبية

محاوور الدورة

اليوم الأول

استراتيجية محافظ المنتجات التأمينية وإدارة دورة الحياة

- أساسيات إدارة محافظ المنتجات التأمينية.
- الدور الاستراتيجي لمحافظ المنتجات في النمو والربحية.
- دورة حياة المنتج التأميني ومراحل إدارة المحفظة.
- هيكل محفظة المنتجات وتركيبها.
- تقسيم الأسواق واحتياجات العملاء.
- تموضع المنتجات والتمييز التنافسي.
- مواءمة المنتجات مع استراتيجية الشركة والأسواق المستهدفة.
- تحديد المنتجات الاستراتيجية وقطاعات المحفظة ذات الأولوية.
- تطوير المنتجات وإطلاقها وإدارتها خلال مرحلة النضج.
- قرارات تطوير المنتجات أو تعديلها أو إيقافها.
- أطر مراجعة المحافظ واتخاذ القرارات الاستراتيجية.
- تطبيق عملي: إعداد خريطة لمحفظة منتجات تأمينية وتحديد الأولويات الاستراتيجية لكل منتج.

اليوم الثاني

تحليل أداء المنتجات والتسعير وأداء الاكتتاب

- قياس أداء المنتجات التأمينية.
- تحليل نمو الأقساط وتطور المحافظ.
- تكرار المطالبات وشدتها وتجربة الخسائر.
- تحليل نسب الخسائر وربحية الاكتتاب.

اليوم الثاني — تابع

- كفاية التسعير والقدرة التنافسية للمنتجات.
- العلاقة بين التسعير وسلوك العملاء.
- تحليل أداء الاكتتاب حسب المنتج وشريحة العملاء.
- تحليل الاحتفاظ بالعملاء والتجديد واكتساب العملاء.
- تحليل ربحية المنتجات ومساهمتها في النتائج.
- تحديد تدهور الأداء ومؤشرات الإنذار المبكر.
- تطبيق عملي: إجراء مراجعة شاملة لأداء منتج تأميني باستخدام مؤشرات الأقساط والمطالبات والتسعير والاكتتاب والعملاء.

اليوم الثالث

مخاطر المحافظ والربحية وأداء قنوات التوزيع

- تحديد التعرضات للمخاطر داخل محافظ المنتجات.
- مخاطر التركيز والتراكم في المحافظ التأمينية.
- التركيز الجغرافي وتركيز العملاء والقطاعات وقنوات التوزيع.
- الربط بين مخاطر المحافظ واستراتيجية الاكتتاب.
- تحليل ربحية المنتجات والعائد منها.
- تقييم أداء قنوات التوزيع حسب المنتجات.
- مواءمة المنتجات مع قنوات التوزيع والوصول إلى الأسواق.
- فرص البيع المتقاطع والبيع الإضافي ضمن محافظ المنتجات.
- اعتبارات رأس المال والمخاطر في قرارات المحافظ.
- تحقيق التوازن بين النمو والربحية وقيمة العميل والمخاطر.
- تطبيق عملي: إعداد تقييم لمخاطر وربحية محفظة تضم مجموعة من المنتجات التأمينية.

اليوم الرابع

ابتكار المنتجات وتحسين المحافظ وترشيد المنتجات

- تحديد احتياجات العملاء المتغيرة وفرص السوق الجديدة.
- تحليل السوق والمنافسين لدعم تطوير المنتجات.
- استخدام بيانات العملاء والتحليلات في ابتكار المنتجات.
- استراتيجيات تطوير المنتجات وتحسين خصائصها.
- إعادة تصميم المنتجات وتحسين عروض القيمة.
- تطوير فرص جديدة للمنتجات التأمينية.
- تقييم الجدوى الفنية والتجارية للمنتجات.
- إدارة المنتجات الناضجة ومنخفضة الأداء.
- ترشيد محفظة المنتجات واتخاذ قرارات الاستمرار أو التعديل أو الإيقاف.
- إدارة انتقال المنتجات وتأثير القرارات على العملاء وقنوات التوزيع.
- بناء عمليات مستمرة لتحسين المنتجات.
- تطبيق عملي: إعداد مقترح لتطوير أو إعادة تصميم منتج تأميني منخفض الأداء.

اليوم الخامس

حوكمة المنتجات ومراقبة المحافظ والتحسين الاستراتيجي

- أطر حوكمة المنتجات التأمينية.
- الأدوار والمسؤوليات بين إدارات المنتجات والاككتاب والتسعير والمطالبات والتوزيع والمخاطر.
- الامتثال وحماية العملاء في إدارة المنتجات.
- لوحات متابعة أداء المنتجات ومؤشرات الأداء الرئيسية.
- مراقبة النمو والربحية والمطالبات والاحتفاظ والانتشار السوقي والمخاطر.

اليوم الخامس — تابع

- مراجعة المحافظ وإعداد التقارير الإدارية.
- تحليل السيناريوهات ودعم القرارات الاستراتيجية للمحافظ.
- تحديد أولويات تحسين محفظة المنتجات.
- موازنة قرارات المحافظ مع استراتيجية الأعمال وشهية المخاطر.
- التحسين المستمر واستدامة أداء المحافظ على المدى الطويل.
- ورشة ختامية: إعداد خطة متكاملة لإدارة وتحسين محفظة المنتجات التأمينية تشمل تقسيم المنتجات، وتحليل الأداء، والتسعير، والاكتتاب، والربحية، والتعرض للمخاطر، والتوزيع، وقيمة العملاء، وابتكار المنتجات، وترشيح المنتجات، والحوكمة، ومراقبة الأداء، والتحسين الاستراتيجي.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/insurance-product-portfolio-management-training-course>

الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440