

## عنوان مقاله:

تاثیر ویژگی های فروشنده و رفتار فروش رابطه بر وفاداری مشتریان با نقش کیفیت رابطه (مورد مطالعه: بیمه البرز)

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

ساغراسادات ضرغامی فر - کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، گروه مدیریت، قزوین، ایران

جواد محرابی - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، گروه مدیریت، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

سازمان ها با درکی که از اهمیت رضایت مشتری کسب کرده اند، به تدریج در حال فاصله گیری از بازاریابی سنتی و گرایش به سمت بازاریابی رابطه مند می باشند. با توجه به اهمیت این رویکرد در سازمان های امروزی، هدف این پژوهش بررسی تاثیر ویژگی های فروشنده و رفتار فروش رابطه بر وفاداری مشتریان با نقش کیفیت رابطه (مورد مطالعه: بیمه البرز) می باشد. روش تحقیق توصیفی پیمایشی است، -بمنظور جمع آوری داده ها پرسشنامه میان مشتریان بیمه البرز توزیع گردید و برای نمونه گیری از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده گردید. در نهایت 384 پرسشنامه برای تجزیه و تحلیل مورد تایید و تحلیل داده ها با کمک از روش معادلات ساختاری انجام گرفت. یافته ها نشان می دهند ویژگی های فروشنده بر کیفیت رابطه تاثیر دارد. رفتار فروش رابطه ای بر کیفیت رابطه تاثیر دارد. کیفیت رابطه بر وفاداری مشتری تاثیر دارد. ویژگی های فروشنده بر وفاداری مشتری تاثیر دارد. رفتار فروش رابطه ای بر وفاداری مشتری تاثیر دارد.

## کلمات کلیدی:

کیفیت رابطه، وفاداری مشتری، ویژگی های فروشنده

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1047249>

