

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر نوآوری خدمات بر جذب و نگهداشت مشتریان: نقش میانجی ارزش و کیفیت خدمات ادراک شده (مورد مطالعه: مشتریان بیمه سرمد در شهر کرمان)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

شهرام جهانشاهی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت موسسه آموزش عالی رسالت و کارمند شرکت بیمه سرمد کرمان ایران

مهدی دهقان سلطانی - استادیار گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه ولی عصر (عج) رفسنجان، رفسنجان، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با بررسی تاثیر نوآوری خدمات بر جذب و نگهداشت مشتریان: نقش میانجی ارزش و کیفیت خدمات ادراک شده (مورد مطالعه: مشتریان بیمه سرمد در شهر کرمان) بوده، که از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی و از نظر شیوه ی گرد آوری داده ها جزء تحقیقات توصیفی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری این تحقیق را مشتریان بیمه سرمد تشکیل می دهد که به علت نامحدود بودن جامعه آماری 384 نفره عنوان حجم نمونه انتخاب گردید. جهت گردآوری و سنجش داده ها از پرسشنامه استفاده گردید. با توجه به داده های گرد آوری شده مشخص گردید که تمامی فرضیات تحقیق مورد تایید قرار گرفتند و مشخص شد که ارزش درک شده در تاثیرگذاری نوآوری خدمات بر جذب و نگهداشت مشتریان نقش میانجی دارد و همچنین کیفیت خدمات درک شده در تاثیرگذاری نوآوری خدمات بر جذب و نگهداشت مشتریان نقش میانجی دارد.

کلمات کلیدی:

نوآوری خدمات، جذب و نگهداشت مشتریان، کیفیت خدمات ادراک شده، بیمه سرمد.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1120986>

