

عنوان مقاله:

هوش بازاریابی در صنعت بیمه

محل انتشار:

نخستین همایش ملی رویکرد های نوین مدیریت در مطالعات میان رشته ای (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

ثنا امیری - کارشناسی مدیریت بیمه، دانشکده علوم انسانی آزادشهر

ساجده رضانی ثانی - کارشناسی مدیریت بیمه، دانشکده علوم انسانی آزادشهر

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی تاثیر هوش بازاریابی و ابعاد آن در صنعت بیمه و همچنین ارزیابی ارتباط آن ها با یکدیگر می باشد. بازار بیمه یکی صنعت قدرتمند و پر سود است، اما یکی از چالش های متنوع و منحصر به فرد برای فروش محصولات مالی به مصرف کنندگان به شمار می آید، که هوش بازاریابی نقش مهمی در تعیین رویکرد راهبردی و نتایج عملکرد یک شرکت می باشد و همچنین عملکرد مهمی است که شرکت ها و مشتریان را به یکدیگر نزدیک می کند که اگر به صورت منطقی و هوشیارانه در شرایط رقابتی مورد استفاده قرارگیرد، باعث می شود سازمان از چالش های موجود و موانع، گذر کرده و دسترسی به اهداف برایش میسر شود. بنابراین در این مقاله جمع آوری ای از اطلاعات کتب و مقالات معتبر صورت پذیرفت که یافته های پژوهش با توجه به اطلاعات موجود نشان می دهد که هوش بازاریابی بر صنعت بیمه مزیت رقابتی معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

هوش بازاریابی، صنعت بیمه؛ خدمات، بازاریابی بیمه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1149744>

