

## عنوان مقاله:

استراتژی الکترونیکی و نقش آن در توسعه صنعت بیمه در ایران

## محل انتشار:

اولین کنفرانس و نمایشگاه تخصصی بیمه الکترونیکی (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

محمود محمدیان - عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

زهرا دشتکی پور - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

## خلاصه مقاله:

پیشرفت و توسعه بیمه مقارن با توسعه اقتصادی کشورها است بهبود وضعیت اقتصادی افزایش مبادلات بهبود سطح استانداردهای زندگی موجب پیشرفت و توسعه بیمه خواهد شد و متقابلاً پیشرفت و اشاعه بیمه نیز در بهبود وضع معیشت افراد و توسعه اقتصادی کشورها موثر خواهد بود صنعت بیمه نیز مانند صنایع دیگر نیازمند انطباق با دگرگونی های جدید شکل گرفته جهانی در ارتباط با مشتری گرایی و کسب رضایت مشتری است ماهیت شرکتهای بیمه ایجاب می کند که در مسیر مشتری مداری حرکت کرده و با کسب موفقیت در حفظ و جذب مشتری دوام و بقای خود را استمرار بخشند در این رهگذر اگرچه عواملی نظیر نرخ مناسب خدمات مطلوب اطلاع رسانی و تبلیغات و ... در جلب رضایت مشتری نقش اساسی برعهده دارند اما استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات که در دهه اخیر در تمام صنایع مورد توجه قرار گرفته است به عنوان یکی از کلیدی ترین عوامل موفقیت در کسب رضایت مشتری مطرح شده است.

## کلمات کلیدی:

بیمه الکترونیکی، استراتژی الکترونیکی، دسترسی، غنا، وسعت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/118549>

