

عنوان مقاله:

رتبه بندی عوامل موثر در پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری در راستای افزایش وفاداری مشتریان با روش AHP فازی در صنعت بیمه (مورد مطالعه: بیمه سامان)

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی دانشگاه های کارآفرین (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

رضا شیرخانی - فارغ التحصیل مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

بشیر باقری نجوانلو - استادیار گروه ریاضی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

ودود جوان امانی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل موثر در پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری و میزان وفاداریمشتریان انجام شده است. جامعه ی آماری در این پژوهش، شامل کلیه کارشناسان ارشد بیمه سامان وهمچنین مشتریان بیمه سامان می باشد که با توجه به فرمول کوکران و به روش نمونه گیری در دسترس بهعنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفتند. این پژوهش از حیث هدف کاربردی و از حیث روش، اکتشافی است. برای جمع آوری داده های مورد نیاز در این تحقیق از پرسشنامه ساخته محقق استفاده شد که روایی آنپس از اعمال نظرات اساتید و خبرگان نهایی گردید و پایایی آن نیز توسط ضریب آلفای کرونباخ (۰ / ۹۲۹) بهدست آمد. نتایج نشان دهنده تاثیر معنی دار عامل فرایندهای سازمانی، عامل تکنولوژی و فناوری، عاملساختار سازمان، عامل مدیریت دانش ، عامل استراتژی سازمان و خلق ارزش، عامل فرهنگ سازمان بروفاداری مشتریان است. نتایج حاصله می تواند پرتوهای نوینی را در ارتباط مدیریت ارتباط با مشتری و میزا نوفاداری مشتریان نمایان سازد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری ، وفاداری مشتریان ، صنعت بیمه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1230890>

