

## عنوان مقاله:

نقش تکنولوژی در جذب نسلهای جدید مشتریان شرکت های بیمه

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسنده:

سیدمحمدحسین صدرطباطبایی - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

## خلاصه مقاله:

جهان وارد قرن جدیدی شده است که سرعت، تغییر و پیچیدگی از مهمترین مولفه های اصلی آن هستند. تکنولوژی های جدید ظاهر شده و نگاه های اقتصادی نیز باید متناسب با آن تغییر کنند. این تغییر فضای کاملا جدیدی برای کسب و کار خلق کرده بطوریکه، امروزه مجبور به استفاده از انواع تکنولوژی ها هستیم و این فناوری های پر سرعت و پیچیده، تمام مناسبت های زندگی و رفتار های احساسی افراد را دگرگون ساخته است و به تناسب ارائه فناوری های جدید شغل های بسیاری خلق یا از بین می رود که صنعت بیمه نیز از این امر مستثنی نخواهد بود. امروزه اهداف نوآورانه و استفاده از تکنولوژی های جدید جهت ایجاد مزیت رقابتی برای جذب نسل جدیدی از مشتریان مورد بحث می باشد که در این مقاله رقابت پذیری و راه کارهای بازاریابی برای جذب نسل های جدید از مشتریان اشاره شده است و در نهایت چنین نتیجه گیری شده که استفاده از بازاریابان جوان جهت ایده پردازی برای جذب شهروندان دیجیتالی و پیشبرد فرهنگ بیمه ای امری حیاتی می باشد.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی - رقابت پذیری - نسل Z

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1233294>

