

عنوان مقاله:

بررسی نقش تبلیغات، آموزش و کیفیت خدمات بیمه ای، بر فروش بیمه زندگی

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

عبدالله (امید) نجار فیروزجائی - دکتری اقتصاد، کارشناس مدیریت آموزش، پژوهش و توسعه شرکت بیمه دانا

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر به بررسی اثربخشی عوامل موثر بر فروش بیمه های زندگی می پردازد. فروشندگان به منظور فروش بیمه ها، نیازمند تجهیز به روش ها و تکنیکهای اثر بخش هستند. از این رو هدف تحقیق حاضر، بررسی تاثیر تبلیغات، آموزش، فروش حضوری و کیفیت خدمات بیمه ای و رتبه بندی آنها است. به منظور دستیابی به اهداف مذکور فرضیات پژوهش مطرح و از روش تحقیق توصیفی- پیمایشی استفاده شده است. جامعه مورد بررسی در برگیرنده کارکنان و نمایندگان فروش شرکتهای بیمه می باشد که طبق فرمول کوکران تعداد ۱۴۴ نفر بعنوان نمونه انتخاب شده اند. بر اساس نتایج آزمون کولموگراف اسمیرنوف توزیع متغیرهای تحقیق نرمال بوده، همچنین طبق آزمون t تک نمونه ای، تمام فرضیه های تحقیق تایید شده اند. لذا متغیرها ارتباط معنی داری با فروش دارند. تحلیل واریانس و آزمون دانکن تعقیبی نیز نشان داده که از میان چهار عامل موثر مذکور کیفیت خدمات بیمه ای در افزایش فروش بیمه های زندگی در شرکتهای بیمه بیشترین تاثیر و تبلیغات، آموزش و فروش حضوری در اولویت های بعدی قرار دارند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که افزایش کیفیت خدمات بیمه ای و استفاده از تبلیغات باعث افزایش فروش بیمه های زندگانی و افزایش ضریب نفوذ بیمه زندگی خواهد شد.

کلمات کلیدی:

بیمه زندگی، تبلیغات، آموزش، فروش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1269866>

