

## عنوان مقاله:

بررسی رضایت مشتریان صنعت بیمه از کیفیت بازاریابی رابطه مند

## محل انتشار:

ماهنامه دستاوردهای نوین در مطالعات علوم انسانی، دوره 2، شماره 13 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسنده:

رحمت اله امینی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- گرایش بیمه، دانشگاه بابل- ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه همه کوشش هایی که بیمه ها و موسسات بیمه ای در خصوص افزایش کیفیت خدمات و کسب توان رقابتی به کار میبرند، برای بدست آوردن مشتریان بیشتر و حفظ آنها و به بیان دیگر هر چه بیشتر وفادار نمودن مشتریان است. این هدف بهویژه برای بیمه ها آرمان بسیار بزرگی است. هدف از انجام این تحقیق ارزیابی و رتبه بندی ابعاد بازاریابی رابطه مند بررضایتمشتریان در صنعت بیمه می باشد. جامعه آماری این تحقیق را تعداد ۱۰۰ نفر از کارشناسان بیمه ایران شهر ساری در سطحاستان مازندران درسال ۱۳۹۴ تشکیل می دهند. روش تحقیق حاضر از نوع کتابخانه ای و میدانی می باشد که از لحاظ ماهیتدر زمره تحقیقات توصیفی وازنوع پیمایشی قراردرد و برای تجزیه و تحلیل داده ها ازروش تحلیل سلسله مراتب (AHP) استفاده شده است. نتایج این تحقیق نشان دهنده این هستند که در میان ابعاد اصلی به ترتیب ابعاد اعتماد، تعهد، ارتباطات، شایستگی و مدیریت تعارض دارای اولویت اول تا پنجم در رضایت مشتری برخوردار می باشند و بعد اعتماد از اهمیت بالاترینسبت به سایر عناصر اصلی، در رضایت مشتری برخوردار می باشد.

## کلمات کلیدی:

رضایت مشتریان، اعتماد، تعهد، ارتباطات، مدیریت تعارض، شایستگی، تحلیل سلسله مراتبی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1352854>

