

عنوان مقاله:

بررسی فرهنگ فروش در صنعت بیمه

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی حقوق، روانشناسی، علوم تربیتی و رفتاری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

عارف شاطری - کارشناسی ارشد بازرگانی بیمه

کامران ناقوسی - لیسانس م دیریت امور فرهنگی

محمد حاج باشی - لیسانس نرم افزار

امین بهرامی - کارشناسی ارشد حقوق خصوصی

خلاصه مقاله:

رقابت شرکت های صنعت بیمه بر اساس توانایی آنها برای ارائه خدمات با کیفیت بالا به مشتریان است. شرکت های بیمه جهت حفظ موقعیت رقابتی خود باید یک فرهنگ قوی فروش در میان کارکنان خود ساخته و کیفیت خدمات خود را بهبود بخشند. رهبران فروش اغلب موفقیت سازمان را مدیون فرهنگ آن می دانند. فرهنگی که مبتنی بر نوآوری، کار تیمی و توانمندسازی است. مقاله حاضر با روش توصیفی - تحلیلی و با منابع کتابخانه ای به رشته تحریر در آمده است. هدف از نگارش این مقاله بررسی فرهنگ فروش در صنعت بیمه است. نتیجه این مقاله نشان می دهد که فرهنگ فروش به عنوان بخشی جدایی ناپذیر از سرمایه های فکری، که منبع اصلی برای دستیابی به امتیاز رقابتی پایدار است در نظر گرفته می شود. همچنین فرهنگ فروش دیدگاه های مشترک در میان افراد، که یک فاکتور بسیار مهم در موفقیت سازمان است را افزایش می دهد. ممکن است فرهنگی فروشی در یک محیط به درستی عمل کند اما در محیط دیگر کارآمد نباشد. به همین جهت باید همواره به تغییرات محیطی توجه نمود و سعی کرد فرهنگ فروش به درستی هدایت یابد

کلمات کلیدی:

فرهنگ، فرهنگ فروش، صنعت بیمه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1422633>

