

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر فعالیتهای بازاریابی پایدار بر وفاداری مشتریان (مورد مطالعه: شرکتهای بیمه)

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

الناز نوری - کارشناسی ارشد آمار ریاضی، دانشگاه پیام نور تهران شرق، تهران، ایران

سیدمحمدسادات اخوی - دانشجوی دکتری اقتصاد توسعه و معاون بین الملل واحد الکترونیکی دانشگاه آزاد اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

حجت شمسی - کارشناسی ارشد بازرگانی واحد گرمسار، سمنان، ایران

حمید کاکائی - دانشجوی دکتری اقتصاد سنجی و مدرس دانشگاه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر بررسی تاثیر فعالیتهای بازاریابی پایدار بر وفاداری مشتریان است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل ۲۵۰ نفر از مشتریانی است که به صورت تصادفی ساده انتخاب شده و از خدمات شرکتهای بیمه ای استفاده کردهاند. گردآوری داده ها با استفاده از پرسشنامه های استاندارد انجام شده است. از آزمون هایضرایب معناداری و ضرایب مسیر در نرم افزار PLS انجام شده تا فرضیه های تحقیق مورد بررسی قرار بگیرد. نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده ها حاکی از این است که فعالیتهای بازاریابی پایدار بر وفاداری مشتریان تاثیر مثبت و معناداری دارند. همچنین نتایج دیگر نشان داد که فعالیت های بازاریابی اقتصادی، فعالیتهای بازاریابی اجتماعی و فعالیتهای بازاریابی محیطی نقش مثبت و معناداری بر وفاداری مشتریان شرکتهای بیمه ای دارند.

## کلمات کلیدی:

فعالیت های بازاریابی پایدار، وفاداری مشتریان، بازاریابی اجتماعی، بازاریابی اقتصادی، بازاریابی محیطی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1588895>

