

عنوان مقاله:

تحول دیجیتال در صنعت بیمه: زمان تمرکز بر حوزه بازاریابی دیجیتال

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در روانشناسی، علوم اجتماعی، علوم تربیتی و آموزشی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

علی سوری - شرکت بیمه سامان

زیبا خسروی - شرکت اسنپ فود،

خلاصه مقاله:

گرچه صنعت بیمه به صورت سنتی از سایر صنایع در حوزه تحول دیجیتال عقب تر بوده است، امروزه ما شاهد انقلاب دیجیتال در این صنعت هستیم. اکنون ابزارهای دیجیتال بیش از پیش برای ایجاد پل ارتباطی میان شرکت و مشتریان لازم هستند. شرکت های بیمه باید یک دید آینده نگر داشته باشند و تحول دیجیتال را در راستای بهبود ارائه خدمات به مشتریان بپذیرند. در این مقاله به ضرورت و مزایای حرکت به سوی فناوری های نوین حوزه دیجیتال با تمرکز بر حوزه بازاریابی در صنعت بیمه پرداخته ایم. بهبود تجربه ارتباط با مشتری، همگام سازی اهداف تحول دیجیتال با اهداف استراتژیک، بهبود عملیات جاری سازمان و آزادسازی منابع انسانی ارزشمند جهت تمرکز بر فعالیت های مولد ارزش بیشتر برای سازمان را می توان از جمله مزایای بهره گیری از بازاریابی دیجیتال در شرکت های بیمه نام برد که در مقاله پیش رو به آن می پردازیم .

کلمات کلیدی:

تحول دیجیتال، بیمه، بازاریابی، پلتفرم اتوماسیون بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1762067>

