

عنوان مقاله:

طراحی مدل بازاریابی اجتماعی صنعت بیمه با استفاده از رویکرد دلفی فازی و دیمتل

محل انتشار:

فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی منطقه ای، دوره 12، شماره 49 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

سمیه پورحسن - دانشجوی دکتری تخصصی، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

حکیمه نیکی اسفهلان - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد هادیشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، هادیشهر، ایران.

مرتضی هنرمند عظیمی - استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

موسی رضوانی چمن زمین - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد آستارا، دانشگاه آزاد اسلامی، آستارا، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش، طراحی مدل بازاریابی اجتماعی صنعت بیمه با استفاده از رویکرد دلفی فازی و دیمتل می باشد. این مطالعه در دو بخش کیفی و کمی توسط روش های دلفی فازی و دیمتل انجام شد. در بخش کیفی، توسط مطالعه ادبیات پژوهش و انجام مصاحبه با ۱۳ نفر از خبرگان مولفه های اولیه شناسایی شدند. سپس توسط روش دلفی فازی، در نهایت ۱۱۳ مولفه فرعی در قالب ۸ مولفه اصلی به عنوان مولفه های بازاریابی اجتماعی در صنعت بیمه انتخاب شدند. در بخش کمی، پرسشنامه مقایسات زوجی بر مبنای مولفه های شناسایی شده طراحی گردید و در اختیار نمونه آماری که خبرگان بخش کیفی هستند قرار داده شد. براساس یافته های بخش کیفی، مولفه های اصلی عبارتند از: ۱) ایجاد ارزش و ایده های نو ۲) گسترش دانش و بینش بیمه ای ۳) تدبیر در زندگی و تغییر نگرش در خصوص خدمات بیمه ۴) ایجاد حس نیاز به بیمه در مردم ۵) فرهنگ جامعه ۶) مشتری مداری ۷) توجه به جامعه ۸) آینده نگری. با توجه به نتایج بخش کمی، فرهنگ بیمه، مشتری مداری و توجه به جامعه، مولفه های تاثیرگذار در بازاریابی اجتماعی در صنعت بیمه به شمار می آیند. این مولفه ها بر ایجاد ارزش و ایده های نو، گسترش دانش و بینش بیمه ای، تدبیر در زندگی و تغییر نگرش در خصوص خدمات بیمه، ایجاد حس نیاز به بیمه در مردم و آینده نگری موثر هستند. بنابراین پیشنهاد می شود برای بازاریابی اجتماعی در صنعت بیمه در درجه اول به مشتریان و جامعه توجه شود تا بتوان فرهنگ بیمه و ایجاد حس نیاز به بیمه را در میان مردم ارتقا داد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی اجتماعی، صنعت بیمه، فرهنگ بیمه، مشتری مداری، مقایسات زوجی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1824663>

