

## عنوان مقاله:

مفهوم پردازی کارکردهای ترفیع کارآفرینانه مبتنی بر تبلیغات کلامی در فروش بیمه عمر و سرمایه گذاری

## محل انتشار:

پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، دوره 1، شماره 3 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

## نویسنده:

## خلاصه مقاله:

ترفیع کارآفرینانه به مثابه یکی از کارکردهای بازاریابی کارآفرینانه در معرفی و پیشبرد محصولات براساس روش های خلاقانه و کم هزینه می باشد. تبلیغات کلامی در گستره پیشبرد خدمات جایگاه برجسته ای در ترفیع کارآفرینانه دارد. نوآوری این تحقیق شناسایی، تبیین و مفهوم پردازی کارکردهای تبلیغات کلامی در صنعت بیمه و به طور خاص بیمه عمر و سرمایه گذاری است. رویکرد مورد استفاده در پژوهش از نوع کیفی و در قالب استراتژی پژوهش موردی مرکب می باشد که در آن از منابع متنوع اطلاعاتی از جمله مطالعات اسنادی و مصاحبه های نیمه ساختار یافته با ۲۰ تن از افراد فعال و متخصص ۱۲ شرکت بیمه خصوصی بهره گرفته شده است.

یافته های تحقیق نشان می دهد که کارکردهای تبلیغات کلامی در فروش بیمه عمر و سرمایه گذاری در قالب ۵ تم، ۱۱ زیر مولفه و ۲۳ گویه سازماندهی شده اند که عبارتند از استفاده از شبکه فروش دارای روابط اجتماعی بالا، استفاده از افراد موثق جامعه به عنوان سخنرانان شرکت بیمه، قرار دادن عباراتی خلاقانه و متمایز در ذهن و کلام افراد جامعه، تبدیل کردن خدمات خوب شرکت به موضوع صحبت مردم، ایجاد موضوع صحبت از راه هنرهای نمایشی، استفاده از ابزارهای نوین و خلاقانه تبلیغات رای جلب توجه افراد جامعه، داشتن رویکردی نوآورانه به شیوه های سنتی تبلیغ بیمه، سهیم شدن در صحبت بیمه گذاران از راه توجه به خواسته های آنان و پیگیری کلام و شلوغی میان افراد جامعه که در شرکت های مختلف با شیوه های گوناگون اجرا می شوند.

rn rn rn

## کلمات کلیدی:

Entrepreneurial Promotion, Buzz Marketing, Universal Life Insurance, Insurance Sales, Conceptualization  
ترفیع کارآفرینانه، تبلیغات کلامی، بیمه عمر و سرمایه گذاری، فروش بیمه، مفهوم پردازی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1835822>

