

عنوان مقاله:

بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری مشتریان به برند بیمه های بازرگانی

محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های کاربردی در علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

مهرناز خشنودمهرآبادی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوئین زهرا

رضا خوش سیما - دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوئین زهرا، ایران عضو هیئت علمی

خلاصه مقاله:

امروزه هر مشتری ارزش ویژه خود را دارد و شرکت ها برای بدست آوردن سهم بیشتری از بازار ثابت یارو به کاهش باید مبارزه کنند. بازاریابی در سیر تکامل خود در مرحله ای قرار دارد که بازاریابان تنها در اندیشه یافتن مشتریان جدید نیستند امروزه هدف از بازاریابی مدیریت تقاضا از طریق رشد دادن و سوق دادن مشتری تا حد بلوغ در نردبان وفاداری به سازمانهاست امروزه دیگر رضایتمندی مشتریان کافی نبوده و شرکتها نباید به رضایتمندی مشتریانانشان دلخوش کنند آنها باید مطمئن شوند که مشتریان رضایتمندشان وفادار هم هستند در این پارادایم هدف برقراری روابط بلندمدت و متقابل با گروه های ذینفع و مهمتر از همه مشتری بهطوری است که مشتریان بیشتری را حفظ و مشتریان کمتری را ازدست داده و به این ترتیب در بلندمدت منافی حاصل میشود که در نتیجه سهم بازار و سودآوری شرکتها افزایش می یابد در این تحقیق عوامل موثر بر وفاداری مشتریان به برند بیمه های بازرگانی مورد بررسی قرار میگیرد

کلمات کلیدی:

وفاداری ، مشتری ، بیمه بازرگانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/382011>

