

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل آمیخته های بازاریابی خدمات بیمه بر تصمیم گیری و انتخاب مشتریان مطالعه موردی: بیمه دانا

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در علوم انسانی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

محمود صمدی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر،

موسی احمدی - استادیار، دکتر، مدیریت بازرگانی، مالی، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر

خلاصه مقاله:

بیمه یکی از ابزارهای مفید مدیریت خطر، برای تأمین آرامش و آسایش افراد جامعه است. در میان انواع بیمه نامه ها، بیمه نامه های عمر و پس انداز موقعیتی ممتاز دارند. این بیمه نامه ها ضمن اینکه نیاز مالی افراد خانواده را بعد از مرگ ناناور آن تا حد امکان تأمین میکنند، از جنبه پس اندازی نیز مفید هستند. علاوه بر این، برخلاف سایر انواع بیمه نامه، مبالغ پرداخت شده به عنوان حق بیمه نیز در سررسید به بیمه گذار پرداخت شده و سوخت نمیگردد. علیرغم وجود مزایای فراوان بیمه نامه های عمر و پس انداز، در ایران استقبال زیادی از این نوع بیمه صورت نمیگیرد. پژوهش حاضر، مشکلات مدیریتی این بیمه نامه ها را از نگاه بازاریابان و در چارچوب فرضیه های منطبق با عنصرهای الگوی 8P بررسی نموده است این عناصر عبارتند از: 1. اجزای محصول 2. مکان و زمان 3. فرآیند 4. بهره‌وری و کیفیت 5. نیروی انسانی 6. ارتقاء و آموزش 7. شواهد فیزیکی 8. قیمت و سایر هزینه‌ها

کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی، بیمه عمر و پس انداز، الگوی 8P

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/390904>

