

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر سیاست قیمت گذاری تسهیلات بیمه بر رضایت مشتری مطالعه موردی: شرکت سهامی بیمه ایران شهرستان قوچان

محل انتشار:

چهارمین همایش ملی علوم مدیریت نوین (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

سیدسلیمان سیدین - مدرس مدعو گروه مدیریت دانشگاه پیام نور واحد قوچان

سعید براتی - دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور واحد قوچان

خلاصه مقاله:

در دنیای رقابتی امروز سازمانها باید عملکردی در مقیاس جهانی داشته باشند تا بتوانند با رقبای منطقهای و جهانی رقابت کنند. حتی اگر شرکتی قصد ورود به بازارهای جهانی را نداشته باشد، شرکتهای دیگر با حضور در بازار آن شرکت، در صدد جلب مشتریان خواهند بود. شرکتهای امروزه ناچارند که جهانی اندیشیده و منطقهای عمل کنند. به همین دلیل، تأمین نیازهای مشتریان و جلب رضایت آنها از محورهای مهمی است که در همهنصایع و از جمله صنعت بیمه باید به آن توجه شود. مشتریان از مهمترین عوامل محیطی هر سازمانی محسوب میشوند. صاحبانمدیران مدیریت، کسب رضایت مشتری را از مهمترین وظایف و اولویتهای مدیریت شرکتهابشرمرده و لزوم پایبندی همیشگی و پایدار مدیران عالی به جلب رضایت مشتریان را پیششرط اصلی موفقیت به حساب آوردهاند. کسب رضایت مشتریان نه تنها از نظر رقابتی باید مورد توجه قرار گیرد، بلکه از منظر اخلاقی نیز باید به آن توجه کرد و مشتریان شرکتهای بیمه در قبال سیاست قیمتگذاری تسهیلات بیمه پرداختی خود باید رضایت مندی مشتریان را مورد توجه قرار دهند. لذا در این پژوهش، درصد آن هستیم تا با مرور تاریخچه و شرح خدمات یکی از باسابقهترین و معتبرترین شرکتهای بیمه در شهرستان قوچان که همانا شرکت سهامی بیمه ایران است، به بررسی تاثیر سیاست قیمت گذاری تسهیلات بیمه بر رضایت مشتری بپردازیم.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، سیاست قیمتگذاری، بیمه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/403934>

