

عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان در صنعت بیمه

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه ریزی فرهنگی اجتماعی ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

راضیه خان محمدی - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامی واحد قزوین ایران

علیرضا ایرج پور - استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین ایران

خلاصه مقاله:

موضوع این پژوهش شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان در صنعت بیمه می باشد تعداد پرسنل این شرکت 10000 نفر بوده است براساس فرمول کوکران تعداد 96 نفر بعنوان نمونه انتخاب شدند بدین منظور پرسشنامه محقق ساخته را در اختیار 96 نفر از مشتریان بیمه ارمان قرار دادیم برای تعیین شاخص های وفاداری از روش دلفی استفاده نموده ایم و بعد از تعیین شاخصها با استفاده از پرسشنامه تحلیل سلسله مراتبی و آنتروپی شانون به اولویت بندی شاخصهای وفاداری مشتریان پرداختیم به منظور بررسی امارتوصیفی از نرم افزار SPSS و برای محاسبات دلفی مقایسات زوجی و آنتروپی از نرم افزار اکسل استفاده شده است تمامی مراحل کدگذاری ثبت داده ها و محاسبات اماری بوسیله کامپیوتر و با استفاده از نرم افزار های SPSS و اکسل انجام گرفته است نتایج نشان داد که رتبه بندی حاصل از تحلیل سلسله مراتبی بارتبه بندی حاصل از آنتروپی شانون دارای تفاوت می باشند به منظور رتبه بندی نهایی این شاخصها از ترکیب دورتبه بندی استفاده شده است که رتبه بندی نهایی به شرح زیر است: تاثیر گذار توصیه به دیگران خدمات غیر قابل لمس انصاف موسسه خدمات ملموس تبلیغات کیفیت درک شده پوشش کارکنان یکپارچگی فرایندها

کلمات کلیدی:

وفاداری مشتریان ، بیمه ارمان ، اولویت بندی ، آنتروپی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/410640>

