

عنوان مقاله:

رتبه بندی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان مورد مطالعاتی شرکت بیمه آرمان شهر تهران

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

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

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

خلاصه مقاله:

موضوع این پژوهش رتبه بندی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان در صنعت بیمه می باشد براساس فرمول کوکران تعداد 96 نفر بعنوان نمونه انتخاب شدند بدین منظور پرسشنامه محقق ساخته را در اختیار 96 نفر از مشتریان بیمه آرمان قرار دادیم برای تعیین شاخص های وفاداری از روش دلفی استفاده نموده ایم و بعد از تعیین شاخصها با استفاده از پرسشنامه مقایسات زوجی و انتروپی شانون به اولویت بندی شاخصهای وفاداری مشتریان پرداختیم به منظور بررسی امار توصیفی از نرم افزار SPSS و برای محاسبات دلفی مقایسات زوجی و انتروپی از نرم افزار اکسل استفاده شده است تمامی مراحل کدگذاری ثبت داده و محاسبات اماري بوسیله کامپیوتر و با استفاده از نرم افزارهای SPSS و اکسل انجام گرفته است نتایج نشان داد که رتبه بندی حاصل از مقایسات زوجی با رتبه بندی حاصل از انتروپی شانون دارای تفاوت می باشند به منظور رتبه بندی نهایی این شاخص ها از ترکیب دورتبه بندی استفاده شده است که رتبه بندی به شرح زیر است: هزینه جابجایی ارزش مالی درک شده قابلیت اعتماد نگرش نسبی سفارشی سازی ویژگیهای فیزیکی شعبه تعهد عاطفی یکپارچگی افراد رضایتمندی

کلمات کلیدی:

وفاداری مشتریان ، بیمه آرمان ، اولویت بندی ، تحلیل سلسله مراتبی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/410641>

