

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان بیمه های شهرستان رشت در قالب یک مدل علی

محل انتشار:

کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

فتانه نجدی گیگاسری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بیمه، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

داود بخشعلی زاده - کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

عارفه زحمتکش کنارسری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت تحول، گروه مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی رشت، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه هدف از بازاریابی، مدیریت تقاضا از طریق رشد دادن مشتری در نردبان وفاداری به سازمان ها است. این روزها دیگر رضایت مشتریان کافی نبوده و سازمان ها نباید به رضایتمندی مشتریان خویش دلخوش باشند، آنها باید مطمئن شوند که مشتریان رضایتمند، وفادار هم هستند. هدف از اجرای تحقیق حاضر عبارت است از پاسخ به این سؤال کلیدی که آیا هوش هیجانی، سطح درگیری روابط و ویژگی شخصیتی بر قصد مشتریان به تغییر شرکت تأثیر دارد؟ این تحقیق از نظر هدف یک تحقیق کاربردی و از لحاظ نوع روش توصیفی، از نوع پیمایشی دانست؛ از نظر جمع آوری داده ها، تحقیق میدانی محسوب می شود. جامعه آماری این تحقیق متشکل از مشتریان بیمه های واقع در شهر رشت است که تعداد 504 نفر از آنها بر اساس روش غیر احتمالی در دسترس انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده ها در تحقیق حاضر، پرسشنامه استاندارد می باشد که از نظر روایی و پایایی تایید شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها که با استفاده از روش ضریب همبستگی پیرسون انجام گرفته است، حاکی از این است که تمامی فرضیات تحقیق حاضر مورد تایید قرار گرفته است. بنابراین، رابطه بین هوش هیجانی، ویژگی های شخصیتی، سطح درگیری روابط و تمایل مشتریان به تغییر شرکت معنی دار بودن است.

کلمات کلیدی:

هوش هیجانی، ویژگی شخصیتی، سطح درگیری روابط، تمایل مشتریان به تغییر شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/428643>

