

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر جذب مشتریان در بیمه با استفاده از روش فازی VIKOR مورد مطالعه : بیمه سامان قزوین

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

علیرضا تیموریا

محبوبه دهقان بنادکی

نسترن ملک شاهیان

فاده یزدانی پور

خلاصه مقاله:

امروزه تجهیز منابع مالی، جزء اصلی ترین وظایف بیمه ها است؛ زیرا موفقیت در ایتن زمینته متی توانت عامت موفقیت در سایر زمینه های بیمه ای باشد . در واقع جذب سپرده، محور و ستون عملیات بیمه ای را تشکیل مید دهد و این وظیفه اساسی مقدم بر سایر وظایف بیمه ای است . از این رو، هد ف از پژوهش حاضر، شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر جذب مشتریان در شعب بیمه سامان استان قزوین است. از این عوامل برای اولین بار در حوزه بازاریابی بیمه مورد استفاده قرار میگیرد که نتیجه آن کمک شایانی به مدیران و مسئولین بیمه در حفظ و جذب مشتریان می هند . در این تحقیق، 68 عامل مؤثر بر جذب مشتریان در بیمه بادر نظر گرفتن نظر خبرگان حاصل شده و برای رتبه بندی آنها از روش FVIKOR استفاده شد نتایج تحقیق نشان داد که دو عام نحوه برخورد کارکنان با مشتریان و نرخ سود سپرده در ارتباط با بخش بیمه عمر (بیشترین تأثیر را بر جذب مشتریان در بیمه دارد . سپس بر اساس رتبه بندی عوامل مؤثر بر جذب پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده و مدیران درارایه شده است

کلمات کلیدی:

رتبه بندی ،عوامل مؤثر بر جذب مشتریان ، VIKOR فازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/436749>

