

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر فعالیت های بازاریابی بر وفاداری مشتریان شرکت سهامی بیمه ایران (مطالعه موردی: شهر بوشهر)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و اولین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

علیه رشیدی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات بوشهر

عبدالکریم حسین پور - استادیار دانشگاه خلیج فارس بوشهر

بهرام فداییان - رییس آموزش شرکت گاز استان بوشهر

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر فعالیتهای بازاریابی بر وفاداری مشتریان شرکت سهامی بیمه ایران بوشهر انجام شده است روش تحقیق این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده ها، روش توصیفی و پیمایشی است تمامی مشتریان شرکت سهامی بیمه ایران در شهر بوشهر جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می دهند نمونه آماری براساس تعداد نمونه ی نامحدود از جدول مورگان به تعداد 384 نفر انتخاب شد روش نمونه گیری روش توصیفی ساده می باشد برای جمع آوری داده های میدانی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها بیانگر آن بود که فعالیتهای بازاریابی شامل کیفیت خدمات، قیمت محصول، تبلیغات، اعتماد و رضایت وفاداری بر مشتریان مثبت و معنی داری دارند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، فعالیتهای بازاریابی، وفاداری مشتری، بیمه ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/476186>

