

## عنوان مقاله:

رابطه فرهنگ مشارکت با استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت بیمه آسیا استان گیلان

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)  
(سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

تورج مجیبی - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

سید مهدی حسینی - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

نجمه باغبان بوساری - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

## خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر، بررسی فرهنگ مشارکت (درگیر شدن در کار) با هر یک از ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری (تمرکز بر مشتریان کلیدی، سازماندهی متناسب، مدیریت دانش، تکنولوژی) در شرکت بیمه آسیا استان گیلان می باشد. تحقیق حاضر از نظر روش توصیفی-پیمایشی است و از ابزار پرسشنامه جهت جمع آوری داده ها استفاده شده است. از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن برای پاسخ به فرضیات استفاده شده است. یافته های تحقیق، نشان داد که بین فرهنگ درگیر شدن در کار و ابعاد سازماندهی متناسب، مدیریت دانش و تکنولوژی در شرکت بیمه آسیا استان گیلان رابطه مثبت معنی داری وجود دارد ولی بین فرهنگ درگیر شدن در کار و تمرکز بر مشتریان کلیدی رابطه ای مشاهده نگردید. نتایج پژوهش نشان می دهد به منظور بهبود فرهنگ درگیر شدن در کار نیاز به توانمند سازی افراد از طریق تفویض اختیار، مشارکت و کارگروهی در بین افراد شرکت و ... می باشد و به منظور بهبود هر یک از ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری نیاز به سازماندهی مناسب اهداف، عملکرد کارکنان و مدیریت دانش در جهت تولید دانش مورد نیاز مشتریان و حل مشکلات با انتخاب کارشناسان و نمایندگانی که از لحاظ دانش و تجربیات در حد لازم قرار دارند و آموزش آنان و استفاده از تکنولوژی های مورد نیاز برای ارائه خدمت بهتر به مشتریان و ... می باشد.

## کلمات کلیدی:

فرهنگ مشارکت- تمرکز بر مشتریان کلیدی- سازماندهی متناسب- مدیریت دانش- تکنولوژی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/494573>

