

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر ارزش طول عمر مشتری با نقش واسط کیفیت خدمات (مورد مطالعه: بیمه گذاران شرکت بیمه البرز مشهد)

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی پژوهش های نوین در مطالعات مدیریت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

سیدمرتضی غیور - استادیار رشته مدیریت، عضو هیات علمی دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)

حبیب الله شفاف - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بیمه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

خلاصه مقاله:

این تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی، و از نظر روش تحقیق و ماهیتتاز جمله تحقیقات علی و از شاخه تحقیقات میدانی می باشد. هدف از این پژوهش، بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر ارزش طول عمر مشتری با در نظر گرفتن نقش میانجی کیفیت خدمات دریافتی توسط بیمه گذاران در سطح نمایندگی های بیمه البرز شهر مشهد می باشد. با استفاده از فرمو کوکران تعداد 267 نفر از بیمه گذاران شرکت بیمه البرز در مشهد، به عنوان نمونه انتخاب شده اند. همچنین جهت سنجش متغیر های پژوهش، از پرسشنامه ای با طیف 5 گزینه ای لیکرت با محتوای 36 سوال استفاده شده است، که روایی پایایی آن با استفاده از روایی صوری و سازه و نیز آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفته است. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS و لیزر و با آزمون های میانگین، و روش مدلسازی معادلات ساختاری توسط نرم افزار لیزر انجام پذیرفت. آزمون های آمار توصیفی نشان داد توزیع داده ها نرمال است. یافته های این پژوهش حاکی از آن است که مدیریت ارتباط با مشتری از طریق تاثیر بر کیفیت خدمات بر ارزش بلند مدت مشتری تاثیر مثبت قویو معناداری دارد. ضمن اینکه مدیریت ارتباط با مشتری بر کیفیت خدمات و ارزش طول عمر مشتری تاثیر بالایی دارد. کیفیت خدمات هم بر تمامی ابعاد ارزش بلند مدت مشتری تاثیر گذار است.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، کیفیت خدمات، ارزش طول عمر مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/573030>

