

عنوان مقاله:

تحلیل و بررسی نقش بازاریابی در صنعت بیمه و اثرات آن

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مطالعات نوین مدیریت در ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

سید علی طبائی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه پیام نور کرج

خلاصه مقاله:

از صنایع بسیار با ارزش جوامع می توان از صنعت بیمه جامعه یاد کرد . امروزه در تمامی جوامع توسعه یافته، بیمه را عاملی مهم در توسعه کشورها می دانند زیرا معتقدند بیمه در رشد بخش های مختلف اقتصادی نقش برجسته ای را ایفا می نماید و با پوشش خسارات ناشی از انجام فعالیت های اقتصادی و توسعه ای جامعه، انگیزه های سرمایه گذاری را نیز افزایش می دهد. یکی از ویژگی های شرکت های بیمه، محوری بودن آنها در مسایل مالی است که علاوه بر تامین امنیت فعالیت های اقتصادی از طریق ارائه خدمات بیمه ای، با مشارکت و بکارگیری منابع مالی انباشته شده نزد خود در بازارهای مالی ، می توانند موجب تحرک و پویایی و نیز رشد و توسعه بازارهای سرمایه شوند. امروزه بازاریابی به عنوان یک فاکتور رقابتی کلیدی در اقتصاد جهانی به شمار می آید. واحدهای بازاریابی در هر سازمان نیز یکی از کلیدی ترین اجزای سازمان به حساب می آیند. هیچ شکی نیست که مشتری از مهمترین دارایی های یک سازمان تجاری به شمار می آید و عموماً بسیاری از پیشرفت های سازمان در عصر رقابتی کنونی تحت ویژگی های مشتریان و الگوهای خرید آن ها پنهان شده است. به همین جهت توسعه سیستم های مدیریت بازاریابی در کسب و کارها، می تواند به بهتر شدن تصمیم گیری، تقویت خلاقیت، و هماهنگ شدن با تغییرات، کمک کند. در این پژوهش به مطالعه تحقیقات صورت گرفته در زمینه بازاریابی بالاخص صنعت بیمه پرداخته و ابعاد و تاثیرات آن را بررسی می کنیم

کلمات کلیدی:

صنعت بیمه ، بازاریابی، مدیریت بازاریابی ، بازاریابی در بیمه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/690714>

