

عنوان مقاله:

تاثیر فروش بیمه های عمر بر کسب و کار

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

اسرا امیرخانی نجف آبادی - دانشجوی کارشناسی مدیریت بیمه دانشگاه علامه طباطبایی

غزل مشهدی میقانی - دانشجوی کارشناسی مدیریت بیمه دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

فروشنندگان در اغلب سازمان های خدماتی آشکارترین نمایندگان شرکت به حساب می آید و برای خریداران بیمه عمر هم به شدت مهم است که چه کسی خدمات را ارائه میکند. شرکت های بیمه در گذشته و حال فاقد تشکیلات موثر و کارآمد برای فروش این رشته بیمه ای بودند و این یکی از علل عمده ی رکود این بیمه در کشورمان می باشد. همواره نیروی انسانی کارآمد شاخص عمده برتری سازمان های خدماتی به حساب می آید و شرکتهای بیمه، برای نیل به اهدافشان و ارائه خدمات بهتر و دوام آوردن در فضای رقابتی نیازمند داشتن کارکنان متعهد به اهداف و چشم اندازهای شرکت و دارای رفتار مشتری مدارانه هستند ضمن اینکه شرکت های بیمه باید به نیازهای مشتریان داخلی یعنی کارکنان و مشتریان بیرونی توجه به داشته باشد. به عبارت دیگر بایستی در کسب و کار خود با بررسی و تحلیل همه جوانب آن را بهبود و توسعه بخشند. لازم به ذکر است جذب و افزایش نیروی انسانی در این حوزه به طور مستقیم در افزایش و بهبود کسب و کار و پیشرفت اقتصادی کشور تاثیر دارد

کلمات کلیدی:

کسب و کار، بیمه عمر، خدمات، اخلاق، نیروی انسانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/690794>

