

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر سرمایه گذاری رابطه با مشتری و پیامدهای آن (مطالعه موردی: نمایندگی های بیمه البرز در شهر اهواز)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

یاسمن منجری زاده - گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

فرج الله رحیمی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی عوامل موثر بر سرمایه گذاری رابطه با مشتری و پیامدهای آن (مورد مطالعه: نمایندگی های بیمه البرز در شهر اهواز) بود. روش تحقیق این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی-علی می باشد. جامعه آماری این پژوهش مشتریان نمایندگی های بیمه البرز در شهر اهواز می باشد که 56 نمایندگی در سطح شهر وجود دارد و روش نمونه گیری در این پژوهش، روش نمونه گیری در دسترس بوده است که با توجه به حجم جامعه آماری برای تعیین تعداد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید و تعداد نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شد و روایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفته و برای محاسبه پایایی نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. مقادیر پایایی به طور میانگین نیز بالای 0/7 بود که نشان از پایا بودن پرسشنامه دارد. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از نرم افزار SPSS و SmartPLS استفاده شد. در نهایت تلاش مالی بر سرمایه گذاری در ارتباط با مشتری تاثیر مثبت و معناداری دارد و سرمایه گذاری رابطه ای ادراک شده بر قدرت عاطفی، قدرت شناختی، قدرت کارکردی در ارتباط با مشتری تاثیر مثبت و معناداری دارد و این فرضیه ها مورد تایید قرار گرفته اند. تلاش اجتماعی و تلاش ساختاری بر سرمایه گذاری در ارتباط با مشتری تاثیر مثبت و معناداری ندارد و پذیرش نوآوری مشتری اثر سرمایه گذاری رابطه ادراک شده بر قدرت عاطفی، قدرت شناختی، قدرت کارکردی را تعدیل نمی کند و این فرضیه ها رد شده و مورد پذیرش قرار نگرفته اند.

کلمات کلیدی:

مدیریت، مدیریت ارتباط با مشتری، بیمه، سرمایه گذاری، تحلیل آماری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756587>

