

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه مولفه های فردی نمایندگان بیمه بر رفتار مشتری مدار آنها در شرکت های بیمه

## محل انتشار:

بیست و یکمین همایش ملی و هفتمین همایش بین المللی بیمه و توسعه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسنده:

ریحانه عظیمی سجادی - کارشناس بیمه های اموال شرکت بیمه ملت

## خلاصه مقاله:

امروزه مشتری مداری عنوان بسیار آشنایی در حوزه صنعت و آکادمیک بازاریابی محسوب می شود. به طوری که اکثر سازمان ها (چه در بخش صنایع و چه در بخش خدمت) اهمیت بیشتری نسبت به گذشته برای تقاضا و خواسته های مشتریان خود قایل می شوند. شرکت های بیمه نیز از این امر مستثنی نبوده و مشتری مداری و رضایت مشتری از مباحث بسیار جدی و رقابتی برای آنان به حساب می آید. در این تحقیق ما به بررسی تاثیر سه عامل فردی حس تعلق به سازمان، نظارت بر خود و انگیزه درونی بر رفتار مشتری مدار نمایندگان شرکت بیمه ملت در شهر تهران پرداختیم. نتایج حاصل از بررسی نشان داد که دو عامل تعهد سازمانی و انگیزه درونی بر رفتار مشتری مدار نمایندگان موثر است، در حالی که عامل نظارت بر خود تاثیر نداشت. لذا پیشنهاد می شود که مدیران ارشد برنامه هایی جهت تقویت دو عامل تعهد سازمانی و تغییر جهت انگیزشی نمایندگان از انگیزه بیرونی به انگیزه درونی تدوین و اجرا نمایند.

## کلمات کلیدی:

مشتری مداری، تعهد سازمانی، نظارت بر خود، انگیزه درونی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825708>

