

## عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان با سطوح مختلف وفاداری

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

غدیر مهدوی - استادیار دانشگاه علامه طباطبایی

فایزه پیروی نیا - کارشناس ارشد علوم محاسبات و برنامه ریزی بیمه دانشگاه علامه طباطبایی

هاله فرزانه - کارشناس ارشد آمار بیمه دانشگاه شهید بهشتی

## خلاصه مقاله:

امروزه با توجه به افزایش تعداد شرکت های بیمه خصوصی و در نتیجه افزایش رقابت میان آن ها، جذب مشتری جدید و بهبود رضایت مشتریان فعلی با استفاده از روش های سنتی چندان کارآمد نیست. از این رو شرکت های بیمه می توانند با بالا بردن سطح وفاداری مشتریان، سهم بازار و میزان سوددهی شرکت ها را افزایش دهند. تحقیق حاضر به منظور شناسایی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان براساس مدل ECSL انجام گردیده است. سپس به بررسی موثرترین عامل در سطوح مختلف وفاداری می پردازیم. به طور کلی عوامل رضایت مشتریان و قابلیت اعتماد نقش های متفاوتی در سطوح مختلف وفاداری می پردازیم. به طور کلی عوامل رضایت مشتریان و قابلیت اعتماد نقش های متفاوتی در سطوح مختلف وفاداری مشتریان دارند. اطلاعات موردنیاز از طریق پرسشنامه در میان بیمه گذاران یک شرکت بیمه جمع آوری گردیده است. شایان ذکر است که در این مقاله نام شرکت بیمه ای که مطالعه مورد بررسی در آن انجام شده ذکر نگردیده و به جای آن از عبارت شرکت بیمه استفاده شده است. در نهایت با استفاده از معادلات ساختاری و آزمون فریدمن به بررسی فرضیه های مدل پرداخته شده است.

## کلمات کلیدی:

وفاداری مشتریان، مدل ECSL، رضایت مشتریان، قابلیت اعتماد، معادلات ساختاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825739>

