

عنوان مقاله:

طراحی مدل مناسب جهت بخش بندی بازار مشتریان صنعت بیمه با رویکرد مشتری مداری

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

سولماز احمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد، کارشناس اداره مطالعات و تحقیقات بیمه ملت

خلاصه مقاله:

ارایه خدمات متناسب با نیاز مشتریان از جمله چالش های سازمان های امروزی به ویژه سازمان های سنتی است. با توجه به ساختارهای موجود در شرکت های بیمه، انعطاف پذیری لازم برای ارایه خدمات متناسب با نیاز هر فرد مشتری امکان پذیر نیست. در این راستا یکی از راه کارهای مناسب، بخش بندی مشتریان در گروه های مشابه و ارایه خدمات متناسب با این شباهت ها می باشد. هدف از این تحقیق طراحی مدل مناسب جهت بخش بندی بازار مشتریان برای صنعت بیمه ایران براساس شاخص های مشتری مداری می باشد. در این مطالعه با استفاده از روش های تطبیقی و توصیفی مروری بر مطالعات صورت گرفته در زمینه بخش بندی بازار انجام گرفته و پس از آن به مقایسه مدل های ذکر شده پرداخته و در ادامه شاخص های مقایسه ای برای صنعت بیمه ایران با رویکرد مشتری مداری تعیین نموده و با استفاده از آن ها روش های مذکور را مقایسه نموده و در نهایت مدل مناسبی جهت بخش بندی بازار مشتریان صنعت بیمه با هدف جلب رضایت مشتری پیشنهاد داده ایم.

کلمات کلیدی:

بخش بندی بازار، مشتری مداری و صنعت بیمه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825743>

