

## عنوان مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری در صنعت بیمه

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسنده:

نجمه باغبان بوساری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بیمه، دانشگاه آزاد اسلامی تهران، واحد فیروزکوه

## خلاصه مقاله:

بی شک می توان گفت مهمترین دارایی اغلب سازمان ها مشتریان آن ها هستند. مشتریان به خاطر ارتباط مستقیمی که با اقدامات یک سازمان دارند، منبع ارزشمندی برای فرصت ها، تهدیدات و سوالات عملیاتی مرتبط با صنعت مربوطه می باشند. در کشور ما در خصوص صنعت بیمه، با توجه به اینکه ضریب نفوذ رشته های مختلف بیمه ای در کشور کم است. برای افزایش توجه مردم به ریسک ها و خطراتی که آنها را تهدید می کند و روش های مقابله با این خطرات، شرکت های بیمه باید از روش های نوین نظیر مدیریت ارتباط با مشتری در کنار روش های دیگر استفاده کنند تا از این طریق بیمه هرچه بیشتر جای خود را در بین اقشار مردم باز کند و شاهد رفاه و آرامش جامعه و ثبات اقتصادی باشیم. هدف از انجام این تحقیق، بررسی مولفه های موثر مدیریت ارتباط با مشتری در صنعت بیمه و اولویت بندی آنها می باشد. تحقیق حاضر از انواع تحقیقات توصیفی پیمایشی می باشد. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده است که روایی و پایایی آن تایید شده است. تعداد افراد جامعه آماری تحقیق حاضر 104 نفر بوده، که از این تعداد با توجه به جدول مورگان 82 نفر به صورت تصادفی ساده انتخاب شده اند. نتیجه حاصله، نشان داد که جهت اولویت بندی ابعاد مدیریت ارتباط مشتری، تمرکز بر مشتریان کلیدی با ضریب 2/74 در اولویت اول قرار دارد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، صنعت بیمه، مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825748>

