

## عنوان مقاله:

بررسی اثربخشی روش های فروش بیمه عمر

## محل انتشار:

فصلنامه پژوهشنامه بیمه، دوره 27، شماره 4 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

## نویسندگان:

هاشم آقازاده - دانشیار دانشگاه تهران

غلام رضا جندقی - استاد دانشگاه تهران، پردیس قم

مریم خلیل - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران، پردیس قم

## خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر به بررسی اثربخشی روش های فروش بیمه عمر می پردازد. فروشندگان به منظور فروش خدمات بیمه، نیازمند تجهیز به روش ها و تکنیک های اثربخش هستند. از این رو هدف پژوهش حاضر، نخست شناسایی روش های فروش و شاخص هایی به منظور سنجش اثربخشی آنها و سپس ارزیابی اثربخشی روش های فروش و رتبه بندی آنهاست. به منظور دستیابی به اهداف مذکور فرضیات پژوهش مطرح و از روش تحقیق توصیفی پیمایشی استفاده شده است. جامعه مورد بررسی در بر گیرنده دو طبقه روسای شعبه های بیمه و نمایندگان کارگزاران برتر شرکت های بیمه در شهر تهران بوده، که از طبقه اول 60 نفر و از طبقه دوم 85 نفر و در کل 145 نفر به عنوان نمونه انتخاب شده اند. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که روش های فروش مشتری گرا، مشاوره ای، مشارکتی، رابطه ای، انطباقی، سیستمی و متقاطع با شاخص های اثربخشی ارتباط مثبت و معنی داری دارند. تحلیل رگرسیون نیز نشان داده که از میان هفت روش فروش مرتبط با شاخص های اثربخشی، تنها دو روش فروش مشاوره ای و مشارکتی، بیشترین تغییرات متغیر وابسته را تبیین می کنند که از میان آنها، فروش مشاوره ای مهم تر از دیگری است.

## کلمات کلیدی:

بیمه عمر، روش های فروش، فروش مشاوره ای، فروش مشارکتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/835863>

