

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ویژگی های فروشندگان بیمه بر کیفیت رابطه وفاداری مشتریان (مطالعه موردی: مشتریان بیمه البرز)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی حسابداری-مدیریت و اقتصاد با رویکرد اشتغال پایدار و نقش آن در رشد صنعت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

محسن حیدری آبکنار - کارشناس ارشد، گروه مدیریت بازرگانی- مدیریت بیمه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ملایر، ملایر، ایران

حمید مهدوی راد - عضو هیات علمی، گروه مدیریت بازرگانی- مدیریت بیمه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ملایر، ملایر، ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی اثیر ویژگی های فروشندگان بیمه بر کیفیت رابطه وفاداری مشتریان (مطالعه موردی: مشتریان بیمه البرز) بوده است. روش اجرای پژوهش حاضر توصیفی طرح پژوهش همبستگی از نوع معادلات ساختاری بود. جامعه آماری این تحقیق مشتریان بیمه البرز بودند که 371 نفر از آنان در پژوهش شرکت کردند. آنان به پرسشنامه های ویژگی های فروشندگان، کیفیت رابطه وفاداری مشتریان پاسخ دادند. پایایی روایی ابزارها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، روایی محتوایی تحلیل عاملی تاییدی مورد بررسی قرار گرفت که نتایج به دست آمده نشان از پایایی روایی مورد قبول برای ابزارها داشت. جهت تجزیه تحلیل داده ها از ضریب همبستگی مدل معادلات ساختاری با نرم افزار اسمارتی ال اس استفاده گردید. نتایج نشان داد ویژگی های فروشندگان بر کیفیت رابطه وفاداری مشتریان تاثیر مثبت معنادار دارد. کیفیت رابطه بر وفاداری مشتریان تایید مثبت معناداری دارد. کیفیت رابطه در ارتباط بین ویژگی های فروشندگان با وفاداری مشتریان نقش واسطه ای دارد.

کلمات کلیدی:

ویژگی های فروشندگان بیمه، کیفیت رابطه، وفاداری مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/844210>

