

عنوان مقاله:

بررسی رابطه مدیریت ارتباط با مشتری و نگهداری مشتریان اصلی در صنعت بیمه مطالعه موردی: بیمه ما

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

منیر ساری - دانشجوی مقطع کارشناسی مدیریت صنعتی، موسسه غیرانتفاعی فاران مهر دانش

الهام وصلی - استاد موسسه غیرانتفاعی فاران مهر دانش

خلاصه مقاله:

سازمان هایی در دنیای رقابتی کنونی موفق اند که توجه به نیازها و خواسته های آشکار و پنهان مشتریان در آن ها نقش اساسی ایفا می کند . در این راستا نوآوری در محصولات و خدمات و فرآیندها از اهمیت بسزایی برخوردار است. زیرا آنچه موجب عملکرد برتر و بقا در محیط متلاطم می شود قابلیت نوآوری است . نوآوری در صنعت بیمه کشور می تواند شرکت های بیمه را یاری دهد تا بتوانند نقش و تاثیر خود را در جامعه و در بین مشتریان فعلی و بالقوه خود افزایش داده و با جلب رضایت، ضریب نفوذ بیمه در کشور بهبود دهد و درعین حال بیمه گذاران را به ماندن در شرکت و استفاده از خدمات بیمه ای شرکت های بیمه ترغیب نماید. پژوهش حاضر نیز باهدف بررسی رابطه مدیریت ارتباط با مشتری و نگهداری مشتریان اصلی در صنعت بیمه ایران انجام شده است. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته با طیف 5 گزینه ای لیکرت استفاده شده و نمونه گیری به روش تصادفی انجام گرفته است. در این تحقیق، برای پاسخ به سوالات پرسشنامه 100 نفر به عنوان حجم نمونه آماری انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش معادلات ساختاری و نرم افزار SPSS استفاده شده است. براساس نتایج تحقیق، بین مدیریت ارتباط با مشتری و نگهداری آنها در صنعت بیمه همبستگی وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، صنعت بیمه، مشتریان اصلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/918350>

