

عنوان مقاله:

بانکبیمه؛ رویکردی جدید برای بازاریابی خدمات مالی در ایران

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات مالی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

ایمان ارسطو - (دانشجوی دکتری مدیریت رسانه ای- عضو کمیته روابط عمومی و بازاریابی شرکت ب

سمیه هادیان

خلاصه مقاله:

از دهه هفتاد، تجربه بانکداری خصوصی در ایران آغاز گردید و از سالهای نخست دهه هشتاد، شرکتهای بیمه خصوصی نیز فعالیت خود را آغاز کردند. در حال حاضر فعالیت برخی شرکتهای، صرفاً بیمه گری و فعالیت برخی شرکتهای دیگر صرفاً بانکداری است. اما برخی شرکتهای در قالب یک گروه مالی خدمات بانکی، بیمه ای، سرمایه گذاری، صرافی و سایر خدمات مالی در کنار یکدیگر انجام می دهند. اغلب گروههای مالی دارای سهامداران مشترک و یا هیات مدیره مشترک هستند. این امر باعث همکاری نزدیک بانکها و شرکتهای بیمه متعلق به یک گروه مالی شده است. با اینحال یکپارچگی ارائه خدمات مالی در ایران هنوز در مراحل نخستین است. تجربه های محدودی در عرضه خدمات بیمه ای در شعب بانکی در حال انجام است. در این مقاله سعی خواهیم کرد که با نگاهی به وضعیت ساختاری بانکبیمه، راهکارهای استقرار آن در نظام بانکی ایران را ارائه دهیم. همچنین، روشهای مختلف توزیع خدمات بیمه در بانکها را بررسی خواهیم کرد.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/96837>

