

عنوان مقاله:

طراحی مدل ارزیابی رضایت مشتریان با استفاده از مدل‌های ذهنی چند بعدی (مطالعه موردی: بیمه سینا)

محل انتشار:

بیست و ششمین همایش ملی بیمه و توسعه (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

رضا یادگاری

خلاصه مقاله:

به دلیل رقابت شدیدی که در بخش خدمات وجود دارد، به وضوح نیاز به یک وجه تمایز احساس می شود، چراکه در غیر این صورت تنها عامل تمایز قیمت ارائه شده توسط موسسات خدماتی خواهد بود. بعبارت دیگر مشتریان نسبت به قیمت حساس خواهند بود. البته باید یادآور شد که شرکت ها نباید به بهانه افزایش بهره وری، ریسک کیفیت خدمات خود را افزایش دهند. بعضی از اقداماتی که برای افزایش بهره وری صورت می گیرد به استاندارد کردن کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان کمک می کنند. اما در عین حال بعضی نیز به استاندارد شدن بیش از حد خدمات و از بین رفتن خدمات سفارشی منجر می شوند. طراحی برنامه مدیریت کیفیت استراتژیک نیازمند درک روشنی از نگرش سازمان به کیفیت خدمات، انتظارات مشتریان، کیفیت ادراک شده، مقیاس های کیفیت و عوامل اصلی تعیین کننده کیفیت می باشد. هدف این پژوهش طراحی مدل ارزیابی رضایت مشتریان با استفاده از مدل های ذهنی چند بعدی در بیمه سینا بود به همین منظور از میان مدل های چندبعدی ذهنی، دو مدل سروکوال و کانو انتخاب شدند در ادامه با جمع آوری اطلاعات از شعب منتخب بیمه سینا در شهر تهران و تعیین حجم نمونه 100 نفری از کارکنان شعب، پرسشنامه های طراحی شده میان حجم نمونه تحقیق توزیع شد. پس از جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات به وسیله مدل های سروکوال، نتایج نشان داد که مشتریان از خدمات ارائه شده رضایت کافی را ندارند و به همین دلیل و در راستای ارائه پیشنهادات به مدیران بیمه سینا نتایج مدل کانو مورد بررسی قرار گرفت و مشخص 8 مورد از مولفه های مورد بررسی در تحقیق مولفه های جذاب هستند و اگر بر روی این مولفه ها در بیمه سینا تمرکز لازم صورت گیرد، رضایت مشتریان از خدمات بیمه سینا افزایش خواهد یافت.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتریان، مدل های چند بعدی، مدل سروکوال، مدل کانو، بیمه سینا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/997443>

