

عنوان مقاله:

بررسی وضعیت ابعاد آمیخته بازاریابی از دیدگاه مشتریان در بیمه های آتش سوزی منازل مسکونی در استان خراسان جنوبی (مورد مطالعه: بیمه دی)

محل انتشار:

اولین همایش ملی مدیریت و حسابداری ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

احمد ناطق - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

ملیحه حسنی زاده - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

خلاصه مقاله:

هدف از تحقیق حاضر ارزیابی وضعیت ابعاد آمیخته بازاریابی خدمات بیمه ای از دیدگاه مشتریان است. به عبارت دیگر این تحقیق در تلاش برای پاسخگویی به این سوال است که آیا مشتریان از ابعاد آمیخته بازاریابی بیمه های آتش سوزی راضی هستند یا خیر؟ برای دستیابی به این هدف، مشتریان بیمه آتش سوزی دی در استان خراسان جنوبی به عنوان جامعه آماری انتخاب گردیدند. ابزار مورد استفاده جهت جمع آوری داده ها پرسش نامه بود که پایایی این پرسش نامه از طریق آلفای کرونباخ محاسبه و مقدار 0/938 بدست آمده که نشان می دهد پرسش نامه مذکور از پایایی مطلوبی برخوردار است. روایی پرسش نامه نیز از طریق مشورت و اعمال نظرات اساتید و خبرگان امر مورد تایید واقع گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده گردید. نتایج این تحقیق نشان داد که چهار بعد محصول، کارکنان، ترفیع و مکان از دیدگاه مشتریان در وضعیت مطلوبی قرار داشته ولی سه بعد قیمت، فرایند و شواهد فیزیکی وضعیت مناسبی نداشته اند. در نهایت پیشنهادهایی کاربردی برای بهبود وضعیت هفت بعد آمیخته بازاریابی در این نوع بیمه ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی، خدمات، بیمه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/472001>

