

عنوان مقاله:

تاثیر مربیگری مدیریتی بر عملکرد فروش با نقش واسطه ای مشتری مداری و فروش انطباقی (مورد مطالعه: شرکت بیمه ایران)

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت و صنعت (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سیدمصطفی طباطبائی - دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

حسین وظیفه دوست - استاد گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این تحقیق بررسی تاثیر مربیگری مدیریتی بر عملکرد فروش با نقش واسطه ای مشتری مداری و فروش انطباقی (مورد مطالعه: شرکت بیمه ایران) می باشد. این پژوهش به لحاظ طبقه بندی بر مبنای هدف، کاربردی است و به لحاظ طبقه بندی بر مبنای روش یک تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق کارکنان فروش شعب و نمایندگی های بیمه ایران در شهر تهران به تعداد نزدیک به ۱۰۰۰ نفر می باشد. نمونه گیری این پژوهش از روش دردسترس است. حداقل حجم نمونه مورد نیاز با توجه به فرمول کوکران برابر ۲۷۸ نفر می باشد. ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش پرسشنامه های استاندارد بوده که پایایی آن قبل از توزیع با استفاده از شاخص آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. داده های گردآوری شده از طریق نرم افزار spss و Smart-PLS مورد تحلیل قرار گرفتند و با کمک مدلسازی معادلات ساختاری فرضیه های تحقیق بررسی شدند. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که مربیگری مدیریتی بر مشتری مداری، فروش انطباقی و عملکرد فروش تاثیر معنی داری دارد. مشتری مداری بر فروش انطباقی تاثیر معنی داری دارد و در نهایت مشتری مداری و فروش انطباقی بر عملکرد فروش تاثیر معنی داری دارد.

کلمات کلیدی:

مربیگری مدیریتی، عملکرد فروش، مشتری مداری، فروش انطباقی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1772008>

