

عنوان مقاله:

ارزیابی تحلیلی کانال توزیع بیمه_بانک در اروپا، آسیا و ایران

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس و جشنواره کسب و کار بیمه (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

محسن خواجوی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور

احمد آقا محمدی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

خلاصه مقاله:

امروزه کانالهای توزیع نقش مهمی در فروش محصولات بیمه دارند گستردگی شبکه توزیع می تواند درصد نفوذ بیمه را افزایش دهد یکی از راه های گسترش شبکه توزیع محصولات بیمه در سراسر دنیا بیمه بانک می باشد یکی از مهمترین عوامل موفقیت در بیمه بانک انتخاب محصول یا خدمت مناسب جهت فروش از طریق کانال بانک است بدین منظور برای یک دوره 10 ساله 2001-2010 سهم کانال بیمه - بانک برای فروش محصولات بیمه عمر و بیمه های غیر عمر 17 کشور اروپایی و 8 کشور آسیایی تحلیل و نتایج با استفاده از آزمون پارامتریک T و آزمون ناپارامتریک Mann-Whitney مورد آزمون قرار گرفت همچنین نتایج طرح بیمه بانک پارسیان در 50 شعبه با استفاده از آزمون پارامتریک تی مورد آزمون قرار گرفت نتایج حاکی از آن است که ضریب نفوذ بیمه - بانک در اروپا و آسیا برای فروش محصولات بیمه عمر بیشتر از سایر محصولات بیمه ای است همچنین نتایج اجرای طرح بیمه بانک در طرح مشتری بانک و بیمه پارسیان نشان میدهد که فروش محصولات بیمه عمر و سرمایه گذاری با اجرای این طرح افزایش یافته است

کلمات کلیدی:

بیمه - بانک - پیمان بیمه - بانک - صنعت بیمه - بیمه عمر و سرمایه گذاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/201626>

