

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر هویت برند خدماتی در شرکت های بیمه شهرستان خرم آباد

محل انتشار:

سومین کنفرانس مطالعات مدیریت اقتصاد و حسابداری صنعت محور (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

صبا کرمی پور
فتانه یاراحمدی

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این پژوهش بررسی عوامل موثر بر هویت برند خدماتی در شرکت های بیمه است. با توجه به اهمیت ایجاد هویت برای برند به منظور موفقیت در بازارهای رقابتی کنونی در این پژوهش تلاش شده است به بررسی مولفه های موثر در هویت برند خدماتی پرداخته شود. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی نمایندگی ها و شعبه های بیمه شامل بیمه ایران، آسیا، البرز، دانا، کارافرین پاسارگاد، توسعه سامان، سینا، کوثر، مرکزی، در شهرستان خرم آباد است. داده ها با استفاده از پرسشنامه از میان 160 نمایندگی و شعبه به دست آمد که با توجه به محدود بودن تعداد جامعه آماری از طریق روش کل شماری تمامی جامعه آماری به عنوان نمونه در نظر گرفته شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار spss و با استفاده از تحلیل رگرسیون خطی ساده انجام شد. نتایج تجزیه و تحلیل داده ها تایید تمامی فرضیه های پژوهش و معناداری تمامی عوامل موجود در مدل مفهومی را نشان داده است. نتایج نشان می دهد فرهنگ بازاریابی و شخصیت برند تاثیر اندکی بر هویت برند خدماتی دارند و مدیریت ارتباط با مشتری و هویت بصری برند و ارتباطات یکپارچه بازاریابی تاثیر زیادی بر هویت برند خدماتی دارند.

کلمات کلیدی:

هویت برند خدماتی، شرکت های بیمه، فرهنگ بازاریابی، هویت بصری برند، مدیریت ارتباط با مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1023408>

