

عنوان مقاله:

راه کار بازاریابی خیابانی جهت افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر و سرمایه گذاری

محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

سید محمد حسین صدرطباطبایی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی

محمد ترکمان - کارشناس ارشد مدیریت دولتی گرایش نیروی انسانی

خلاصه مقاله:

بیمه عمر به عنوان ابزاری برای غلبه بر مشکلات یا ایجاد دوران بازنشستگی همراه با آرامش است که در بسیاری از کشورها با حق بیمه حاصل از این ارزش، منابع مالی عظیمی به دست می آید که زمینه ساز پویایی اقتصادی است و می تواند ضمن افزایش ضریب نفوذ بیمه، سطح رفاه اجتماعی و امید به آینده را افزایش دهد. از همین رو یکی از شاخصهای مهم جهت بررسی عملکرد صنعت بیمه، ضریب نفوذ بیمه های عمر و سرمایه گذاری می باشد، که این شاخص بیشتر از بعد جایگاه و گستره صنعت بیمه دارای اهمیت است و پژوهش حاضر، عوامل کلیدی در بازاریابی خیابانی برای افزایش تقاضای بیمه عمر و سرمایه گذاری را بررسی میکند که استخراج متغیرهای موثر در این راهبرد میتواند در راستای افزایش ضریب نفوذ بیمه عمر و سرمایه گذاری توسط شبکه فروش شرکتهای بیمه موثر باشد. در این مقاله با تمرکز بر داده های گردآوری شده از بیمه گذاران و مطالعه و بررسی آنها سعی به تدوین استراتژی موثر بر بازاریابی خیابانی جهت افزایش ضریب نفوذ بیمه های عمر و سرمایه گذاری با استفاده از ماتریس SWOT شده است.

کلمات کلیدی:

بازاریابی خیابانی، ضریب نفوذ، بیمه عمر و سرمایه گذاری، ماتریس SWOT

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1233254>

