

## عنوان مقاله:

تاثیر بازاریابی الکترونیک در گسترش فرهنگ بیمه و افزایش پوشش بیمه ای (مطالعه موردی: بیمه سینا استان کرمانشاه)

## محل انتشار:

همایش ملی مدیریت و آموزش (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

جعفر چشمه نوشی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- مدیریت بیمه ، دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد ملای

محمد پیری - استادیار اقتصاد ، گروه مدیریت بازرگانی ، دانشکده علوم انسانی دانشگاه ملایر

## خلاصه مقاله:

امروزه صنایع خدماتی نقش اساسی و مهمی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها ایفا می نمایند و در این میان نقشواهمیت جایگاه صنعت بیمه به عنوان یک صنعت حمایت کننده بر هیچ کس پوشیده نیست. از سوی دیگر افزایش رقابتها در بازار صنعت بیمه ، اکثر مدیران این صنعت رابه فکر چاره اندیشی برای حضور ماندگار در عرصه کسب وکار انداخته است . بنابراین آنها ناگزیرند راههایی که کسب رضایت ووفاداری مشتریان رادر پی دارد بیابند و آنها را عملی کنند. همزمانبا ورود فناوری های جدید در نقاط مختلف دنیا کاربردهای مناسب برای امور بیمه شکل گرفت و تمام کشورها سعی کردند تمام فعالیتهای بازاریابی خود از جمله بحث بیمه را گسترش دهند. در کشورهای واردکننده فناوری بدلیل عدمجذب مناسب و پدید آمدن برداشت های غلط احتمال کاربرد نامناسب در مورد استفاده از فناوری بیشتر است. این مسئله در مورد بازاریابی الکترونیکی بیمه در ایران در حال شکل گیری است. هدف از این تحقیق بررسی بازاریابی الکترونیک و نقش آن در گسترش فرهنگ بیمه و افزایش پوشش بیمه ای در استان کرمانشاه در سال 1393 ؛ مطالعه موردی: بیمه سینا می باشد. با توجه به جامعه آماری بیش از 20000 نفری براساسجدول مورگان تعداد 384 پرسشنامه براساس تعداد بیمه شدگان در شهر های مختلف استان توزیع و نتایج براساسآزمون های توصیفی و استنباطی مورد آزمون قرار گرفت. نتایج به دست آمده از این تحقیق نشان داد انجام درستبازاریابی الکترونیک سبب بهتر شدن و توسعه بیمه و فرهنگ آن می شود.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی الکترونیک ، گسترش فرهنگ بیمه ، شرکت بیمه سینا استان کرمانشاه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/366105>

