

عنوان مقاله:

تاثیر بکارگیری ارتباطات موثر (مدیریت بازاریابی و مدیریت ارتباطات) بر افزایش حفظ مشتری در شرکت های بیمه

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی مدیریت ، اقتصاد و توسعه (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

فرشید سعیدی - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

نریمان عبدی - رئیس پژوهشکده تعلیم و تربیت و استاد مدعو دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر در راستای شناسایی رابطه بین بکارگیری ارتباطات موثر (مدیریت بازاریابی و مدیریت ارتباطات) بر افزایش حفظ مشتری درشرکتهای بیمه کوثر شهر سنندج با روش توصیفی پیمایشی صورت گرفته است. جامعه آماری این پژوهش کلیه مشتریان شرکتهای بیمه(کوثر) در سال 1394 که بر اساس رابطه کوکران 200 نفر به صورت تصادفی ساده به عنوان نمونه پژوهش انتخاب و پرسشنامه بین آنان توزیع گردید. برای سنجش ارتباط بین متغیرهای پژوهش، از آزمونهای آماری توصیفی، ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون خطیاستفاده شده است. نتایج آزمون نشان داد که بین ارتباطات موثر با حفظ مشتریان ارتباط آماری معنی دار و مثبت وجود دارد؛ یعنی با بکارگیریارتباطات موثر ، حفظ مشتریان در این شرکتها افزایش خواهد یافت

کلمات کلیدی:

ارتباطات موثر ، مدیریت بازاریابی، مدیریت ارتباطات، حفظ مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/416244>

