



همایش بین المللی مدیریت

International Conference on Management
تاثیر بازاریابی چابک بر سطح رضایت و وفاداری مشتریان
شرکت های بیمه

عمادالدین کریمی^۱. حسین بهمنی تبریزی^۲

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (مدیریت بیمه) دانشگاه پردیس فارابی،

دانشگاه تهران. E-mail: emad37535karimi@gmail.com

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (بازاریابی بین الملل) دانشگاه پردیس

فارابی، دانشگاه تهران. E-mail: hoseinbahmani6767@gmail.com

چکیده:

هدف از انجام این پژوهش، بررسی بازاریابی چابک و شناخت آن به شرکت های بیمه برای افزایش سودآوری و وفاداری مشتریانشان هست. روش تدوین پژوهش به شیوه علمی- پژوهشی است. بر این اساس، تعدادی پرسشنامه بین تعدادی از مشتریان بیمه ایران شهرستان تهران توزیع گردید. بدین صورت در طول یک هفته هر هفته تعدادی پرسشنامه بین شعب مختلف توزیع و در پایان وقت اداری همان روز جمع آوری می گردید. پایایی پرسشنامه با روش آلفا کرونباخ با استفاده از نرم افزار _____ مورد تأیید قرار گرفت. فرضیه های پژوهش در پایان مورد پذیرش قرار گرفتند و تأیید گردیدند که به صورت جدول بیان شده است. نتایج حاصله این پژوهش نشان داد که بین شاخص های بازاریابی چابک و رضایت مشتری رابطه ای معنادار و مثبتی وجود دارد.

کلید واژگان: بازاریابی چابک، بازاریابی، رضایت، وفاداری، شرکت بیمه، وفاداری مشتریان