

اولویت‌بندی عوامل کلیدی موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری در خدمات بیمه‌های عمر

دکتر سعید صحت^۱

دکتر زهره دهدشتی شاهرخ^۲

بابک اویسی^۳

چکیده

دانش و سازماندهی است. پس از شناسایی عوامل کلیدی موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری در خدمات بیمه عمر، میزان اهمیت هر یک از این عوامل در موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری در خدمات بیمه عمر بیان می‌گردد؛ حمایت و پشتیبانی مدیران ارشد بیشترین درجه اهمیت و مدیریت تغییر کمترین درجه اهمیت را دارد. در نهایت در این تحقیق اثبات می‌شود که مدل ارائه شده جهت خدمات بیمه عمر مناسب است؛ بنابراین به کارگیری این عوامل با توجه به اولویت آنها و ایجاد زیرساخت‌ها و زمینه‌های لازم، شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات بیمه عمر را در مدیریت ارتباط با مشتری موفق می‌گرداند. همچنین پیشنهادات برآمده از تحقیق جهت به کارگیری هر چه موفق‌تر مدیریت ارتباط با مشتری بیان گردیده است.

واژگان کلیدی: مدیریت ارتباط با مشتری، عوامل کلیدی موفقیت، خدمات بیمه عمر، بازاریابی رابطه‌ای، مدل معادلات ساختاری

باتوجه به اهمیت روزافزون مشتریان برای سازمان‌ها، مدیریت ارتباطات اثربخش و کارا با مشتریان به مسئله‌ای اساسی برای سازمان‌ها و از جمله شرکت‌های بیمه (به‌ویژه با ورود بخش خصوصی) تبدیل گردیده است که باتوجه به وضعیت موجود شرکت‌های بیمه در بیمه‌های عمر، ضعف در این زمینه باعث کاهش سهم بازار و سودآوری آنها خواهد شد. با عنایت به این مسئله مدیریت ارتباط با مشتری به‌عنوان یک راهکار جامع توصیه می‌شود. تحقیق حاضر ابتدا با مروری بر ادبیات مدیریت ارتباط با مشتری و ضرورت آن در خدمات بیمه‌های عمر و همچنین مدل‌های گوناگون ارائه شده، به شناسایی عوامل کلیدی موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری در خدمات بیمه عمر با در نظر گرفتن نظریات متخصصین این رشته می‌پردازد. این عوامل شامل حمایت و پشتیبانی مدیران ارشد، استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری، افراد، فرهنگ، فناوری اطلاعات، مدیریت پروژه، مدیریت تغییر، مدیریت

۱. استاد راهنما

۲. استاد مشاور

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش مدیریت بیمه، دانشگاه علامه طباطبائی