

چکیده

وفاداری به برند در دهه های اخیر بسیار مورد توجه قرار گرفته است و به عنوان ابزاری برای رویارویی با چالش های ایجاد روابط بلند مدت با مشتریان در کسب و کار مدنظر قرار گرفته است. هدف اصلی تحقیق حاضر، سنجش تاثیر وابستگی برند و وابستگی به خدمات بیمه بر وفاداری به برند با توجه به نقش قابلیت جانشینی شرکت های بیمه در استان گیلان است. جامعه آماری تحقیق حاضر، تمامی مشتریان شرکت های بیمه در استان گیلان است. تعداد ۴۰۹ نفر تحت نمونه آماری و به روش غیر احتمالی در دسترس انتخاب شدند. جهت آزمون فرضیه ها از تکنیک معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها نشان داد که نشان داده است که هر پنج فرضیه فرعی تأیید شده است به طوری که وابستگی به برند با ضریب ۷۲ درصد، وابستگی به خدمات بیمه با ضریب ۳۶ درصد، قابلیت جانشینی با ضریب ۸۱ درصد، بر وفاداری به برند مشتریان شرکت های بیمه در استان گیلان تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

کلمات کلیدی: وابستگی به برند، وابستگی به خدمات بیمه، وفاداری به برند، قابلیت جانشینی شرکت، استان

گیلان