تاثیر دانش مشتری بر کیفیت خدمات با در نظر گرفتن نقش میانجی مدیریت ارتباط با مشتری (مورد مطالعه: شعب بیمه پارسیان استان گیلان)

فروغ قربان پور *,احمد جعفرنژاد,

1396-06-24

چکیده : هدف این تحقیق تاثیر دانش مشتری بر کیفیت خدمات با در نظر گرفتن نقش میانجی مدیریت ارتباط با مشتری است.این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی وازلحاظ شیوه تجزیه وتحلیل داده ها از نوع توصیفی می باشد وبابهره گیری از ابزار پرسشنامه است . در این تحقیق پرسشنامه بین شعب بیمه پارسیان و نمایندگی ها در استان گیلان توزیع شد و نتایج آن مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.جامعه آماری تحقیق 60 شعبه که در مجموع 155 نفر می باشد به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. روش نمونه گیری نیز تصادفی ساده می باشد. برای اطمینان بیشتر تعداد 80 پرسشنامه توزیع گردید که 72پرسشنامه برگشت داده شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.از فرمول کوکران برای جامعه محدود برای اندازگیری تعداد حجم نمونه استفاده شده است.داده هاي مورد نیاز براي سنجش و اندازه گیري متغیرهاي فوق به وسیله پرسشنامه و به صورت میداني جمع آوري شدنددر این تحقیق جهت تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از آمار توصیفي و درباره آمار استنباطی از روش معادلات ساختاري هاي مشخصه محاسبه با ادامه در .است شده استفاده Amos Graphic افزار نرم از استفاده با (SEM) توصیفي متغیر ها و جداول مربوطه، توزیع صفت ها بررسي گردید و در نهایت آزمون فرضیه ها انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان دادکه رابطه بین دانش مشتری ابعاد (کیفیت محصول،خدمت مشتری،اثربخشی پرسنل فروش ، ارتباطات اثربخش و انطباق اجتماعی) بر ابعاد کیفیت خدمات (محسوس،قابلیت اعتماد ، تضمین ، همدلی و پاسخگویی) تاثیر مثبت دارد. دانش مشتری و کیفیت خدمات بیمه پارسیان از طریق نقش میانجی مدیریت ارتباط با مشتری(شناسایی مشتری، جذب مشتری ، حفظ مشتری و افزایش مشتری) در ارتباط هستند

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی : کیفیت خدمات ، دانش مشتری ، مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)

Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database
دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها