

# تاثیر وابستگی به نام تجاری و خدمات شرکت‌های بیمه بر وفاداری مشتریان با توجه به قابلیت جانشینی شرکت‌ها (مورد مطالعه : شرکت های بیمه استان گیلان)

محدثه حق پرست \*,224,

1396-9-4

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 شرکت‌های بیمه در استان گیلان است. جامعه آماری تحقیق حاضر، تمامی مشتریان شرکت های بیمه در استان گیلان است. تعداد 409 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 تائید شده است به طوری که وابستگی به برند با ضریب 72 درصد، وابستگی به خدمات بیمه با ضریب 36 درصد، قابلیت جانشینی با ضریب 81 درصد، بر وفاداری به برند مشتریان شرکت های بیمه در استان گیلان تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

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

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)