

موضوع رضایت‌مندی و اعتماد مشتریان به صنعت بیمه دارای ابعاد مختلفی است و از زوایای متفاوتی قابل کنکاش می‌باشد. مدیریت ریسک در صنعت بیمه دارای ارتباطی دوسویه با موضوع رضایت‌مندی و اعتماد مشتریان است. رضایت‌مندی و اعتماد مشتریان به عنوان سرمایه اجتماعی شرکت‌های بیمه و به عنوان یکی از عوامل کلیدی در موفقیت شرکت‌های بیمه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

رضایت‌مندی و اعتماد مشتریان به صنعت بیمه به‌ویژه در ساختار خدماتی که مبتنی بر تعهدات بلند مدت است نیازمند نظارت دقیق، شفافیت عملکرد و پاسخ‌گویی مداوم است. اهمیت اعتماد در بخش بیمه غیرقابل انکار بوده و عدم اعتماد می‌تواند به نتایج منفی مانند از دست دادن مشتریان، تبلیغات منفی و کاهش ارزش عمر مشتری منجر شود.

رضایت مشتری بخش مهمی از راه‌اندازی یک کسب و کار موفق بوده و قانون طلایی بازاریابی این است که یک بیمه‌گذار راضی صدها بیمه‌گذار بیشتر می‌آورد. رضایت‌مندی مشتریان در صنعت بیمه یک عامل کلیدی برای حفظ مشتریان و رشد کسب و کار است. صنعت بیمه بیش از سایر بخش‌های بازار مالی بر پایه اعتماد متقابل قرار گرفته و به همین دلیل است که همواره از اصل حسن نیت به عنوان یکی از مهمترین اصول کسب و کار بیمه یاد می‌شود.

اعتماد مفهوم پیچیده‌ای است که توجه زیادی را در ادبیات بازاریابی به خود جلب کرده است. نهادها و انجمن‌های حرفه‌ای نقش بسیار مهمی در افزایش اعتماد عمومی در صنعت بیمه از طریق انواع مشارکت‌ها از منظر حکمرانی دارند. این کتاب در ۲۴۱ صفحه به رشته تحریر درآمده است.



گردآوری و تألیف:

دکتر شاهین طیار

ناشر:

پژوهشکده بیمه

سال نشر:

۱۴۰۴

شابک:

۹۷۸۶۲۲۸۱۱۴۸۲۸