



تضمین کیفیت فروش

مجری:
مهدی خیر خواهان





تعریف تضمین کیفیت و تفاوت آن با کنترل کیفیت

تضمین کیفیت یک فرآیند است برای اطمینان از اینکه سیستم مطابق با اهداف آن طراحی شده است یا ن. تضمین کیفیت تلاش می کند تا فرآیندهای طراحی شده را ارائه دهد که هر بار نتایج ثابت و صحیحی را ارائه می دهند. کنترل کیفیت اشاره به فعالیت ها برای ارزیابی اینکه آیا محصولات و خدمات تولید شده مطابق با استانداردها است، میکند. این تمرکز بر نقص ها در تکالیف خاص، بررسی عملکرد یا ابعاد در مقابل استانداردهای پیش تعیین شده تمرکز دارد. تفاوت تضمین کیفیت و کنترل کیفیت در حالی است که ضوابط تضمین کیفیت و کنترل کیفیت اغلب به طور متناوب استفاده می شوند، اما تفاوتی بین این دو رشته وجود دارد. به همین ترتیب، کنترل کیفیت و تست گاهی اوقات به طور تعویضی استفاده می شوند.





تعریف عملیاتی مشتریان

سرآمد شدن یک سازمان، فرایند پیوسته‌ای است که با برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری آغاز می‌شود و در طول مسیر با ارزیابی‌های مداوم با توجه به اهداف از پیش تعیین شده، نواقص و نارسایی‌های آن مشخص می‌گردد. هرگز نمی‌توان از این نکته چشم پوشید که مشتریان یک محرک اصلی برای سازمان‌های تجاری که بدنبال بهبودهای عمده در مسیر پیشرفت خویش هستند، می‌باشند. واضح است که هیچ کسب و کاری بدون مشتری قادر به ادامه بقا نیست.

ماده یک قانون بیمه

آیین نامه ۷۱/فصل ۵





طبقه بندی مشتریان

از نظر نوع مشتری

۱. مشتری انفرادی: مشتری دارای کد ملی که در سامانه بیمه‌گری به صورت حقیقی ثبت شده است.
۲. مشتری سازمانی: مشتری دارای کد اقتصادی که در سامانه بیمه‌گری به صورت حقوقی ثبت شده است.

از نظر نوع رشته بیمه‌ای



رشته بیمه‌ای
درمان
خودرو
مسئولیت
آتش‌سوزی



طبقه بندی مشتریان

از نظر نوع مشتری

* قبل از خرید

تماشاچی - دوستداران حراج و تخفیف - محققان - خریداران هیجانی - مشتریان نامطمئن - مشتریان به دنبال تغییر

* بعد از خرید

جدید - فعال - ازدست رفته - ناراضی - در معرض خطر - ارجاعی

* از نظر تعهد

وفادار - مادام العمر - معرف - حامی





نرخ ریزش مشتریان

ریزش مشتری زمانی اتفاق می‌افتد که مشتریان فعلی مایل به گرفتن محصول یا خدمات از شما نباشند. بدیهی است که نحوه محاسبه نرخ ریزش در صنعت بیمه به صورت کلی از تقسیم تعداد بیمه‌نامه‌های صادره در بازه مشابه سال قبل به دست می‌آید. همچنین شایان ذکر است ملاک اصلی محاسبه " بیمه نامه " است.

CUSTOMER CHURN





نگهداشت و وفاداری مشتریان

حفظ مشتری معیاری برای سنجش وفاداری مشتری یا توانایی یک سازمان برای نگهداری مشتریان می باشد. علاوه بر شناسایی تعداد مشتریان وفادار، حفظ و نگهداری مشتری می تواند منعکس کننده یا پیش بینی کننده میزان رضایت مشتری، رفتار تکرار خرید مشتریان، تعامل با مشتری و آگاهی از یک برند باشد.

در حالی که روابط با مشتری به طور معمول با یک تعامل اولیه آغاز می شود، شاخص حفظ مشتری مربوط به اولین خرید توسط مشتری است و کلیه تعامل های بعدی را شامل می شود. پس از اندازه گیری میزان حفظ مشتری، سازمان ها می توانند از این بازخورد برای تجزیه و تحلیل داده ها بر روی مولفه های تجربه مشتری استفاده کنند.





با سپاسی از شما

