

بیمه زندگی در ایران در مقایسه با سایر کشورها و حتی دیگر رشته‌های بیمه‌ای از رشد شایسته‌ای برخوردار نیست. درک علل و عوامل تأثیرگذار بر خرید بیمه زندگی مستلزم مطالعه رفتار مصرف‌کننده در سطح فردی و الگوسازی این رفتار به منظور شناخت بیشتر و در نتیجه مداخله اثربخش در فرایند تصمیم‌گیری افراد است. بخشی از رفتار مصرف‌کننده بیمه زندگی با استفاده از الگوهای عام رفتار مصرف‌کننده قابل تبیین است، اما به دلیل ماهیت ویژه و منحصر به فرد محصول بیمه زندگی، نیاز به مطالعه و ارائه الگوهای رفتار بیمه زندگی در کشور ایران دارد.

کتاب حاضر از جمله کتب تخصصی در حوزه بیمه است که به شکل موشکافانه و دقیق به رفتار مصرف‌کننده بیمه زندگی در ایران پرداخته است. در آمیختن نظریه با عمل از ابتکارات و نقاط متمایز کتاب است، به گونه‌ای که علاوه بر تشریح نظریه‌های روزآمد علمی در حوزه رفتار مصرف‌کننده به ویژه در زمینه خدمات مالی و بیمه، تجربه زیسته ذی-نفعان بیمه زندگی در ایران را در چارچوب نظریات علمی تبیین کرده و با ارائه الگویی نوین از رفتار بیمه‌گذاران بیمه زندگی در ایران می‌تواند گامی شایان در راستای توسعه بیمه زندگی به حساب آید. مخاطب این کتاب استادان و دانشجویان رشته‌های مدیریت بازرگانی، مدیریت بیمه، اقتصاد رفتاری، مهندسی مالی و ریسک از یک سو و مدیران بازاریابی و فروش و مدیران محصول شرکت‌های بیمه از سوی دیگر است. شبکه فروش با مطالعه این کتاب به چارچوبی منسجم از پیش‌بینی و تحلیل رفتار بیمه-گذاران دست خواهد یافت که می‌تواند آنها را در ارائه پیشنهادات ارزش و مداخلات اثربخش در هر مرحله از فرایند خرید بیمه‌گذار یاری رساند و به فروش قابل توجه و پایداری بیانجامد. این کتاب در ۱۱ فصل و ۴۵۹ صفحه به رشته تحریر در آمده است.



نویسندگان:

دکتر حسینعلی بختیار نصرآبادی

دکتر طهمورث حسنگلی پور یاسوری

ناشر:

پژوهشکده بیمه

سال نشر:

۱۴۰۲

شابک:

۹۷۸۶۲۲۶۸۱۴۹۳۵