



درخواست پیشنهاد موضوع پایان نامه (کارشناسی ارشد)

۱- موضوع پیشنهادی پایان نامه:

راهبردهای بازاریابی دیجیتال و تاثیر آن بر الگوی خرید بیمه‌های زندگی

۲- بیان مسئله (به صورت مشخص بیان شود که مشکل اساسی موجود که مبنای پیشنهاد موضوع پایان نامه است، چیست؟)

ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی در ایران و جهان در سال ۲۰۲۰ برابر با ۰,۳۶ و ۳,۳۵ درصد می باشد که ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی در ایران در مقایسه با میانگین جهانی ۹,۳ برابر کمتر است (سالنامه آماری بیمه مرکزی ج.ا.ا، ۱۳۹۹). به منظور توسعه فروش بیمه‌های زندگی و افزایش ضریب نفوذ بیمه، بازاریابی شرکت‌های بیمه می‌تواند اهمیت به سزایی داشته باشد و ضرورت دارد شرکت‌های بیمه، با بهره‌گیری از استراتژی‌ها و روش‌های بازاریابی دیجیتال نسبت به توسعه فروش و به تبع آن افزایش ضریب نفوذ بیمه گام موثر بردارند. رویکردهای مختلفی در بازاریابی محصولات وجود دارد که شامل رویکردهای سنتی و رویکردهای دیجیتال است. بازاریابی سنتی را هر گونه ارتباط با مشتریان تعریف می‌کنند که شامل فناوری پیچیده نمی‌شود. روش‌هایی که برای بازاریابی سنتی استفاده می‌شود؛ می‌تواند شامل موارد زیر باشد: مجلات، رادیو، بیلبوردها، آگهی‌های تلویزیونی، بروشورها، روزنامه‌ها. در مقابل، بازاریابی دیجیتال، که بازاریابی آنلاین نیز نامیده می‌شود، تبلیغ برندها برای ارتباط با مشتریان بالقوه با استفاده از اینترنت و سایر اشکال ارتباطات دیجیتالی است. بر اساس پژوهش دسای (۲۰۱۹) برخی از متداول‌ترین تکنیک‌های بازاریابی دیجیتال و کانال‌های مرتبط عبارتند از بهینه‌سازی موتور جستجو^۱، بازاریابی شبکه اجتماعی^۲، بازاریابی محتوا^۳، بازاریابی وابسته^۴، بازاریابی بومی^۵، اتوماسیون بازاریابی^۶، پرداخت با کلیک^۷، بازاریابی پست الکترونیک^۸، بازاریابی ورودی^۹، روابط عمومی برخط^{۱۰}. در ادامه، به ارائه مختصری از پژوهش‌های انجام شده در حوزه بازاریابی دیجیتال به ویژه بیمه‌های زندگی می‌پردازیم. کورنیا^{۱۱} و ریفانی^{۱۲} (۲۰۲۰) به تحلیل اثر بازاریابی شخصی و بازاریابی دیجیتال بر تصمیم خرید

^۱ Search engine optimization

^۲ Social media marketing

^۳ Content marketing

^۴ Affiliate marketing

^۵ Native advertising

^۶ Marketing automation

^۷ Pay-per-click (PPC)

^۸ Email marketing

^۹ Inbound marketing

^{۱۰} Online PR

^{۱۱} Kurnia

^{۱۲} Rifani



در خواست پیشنهاد موضوع پایان نامه (کارشناسی ارشد)

بیمه‌نامه زندگی در یک شرکت بیمه در کشور اندونزی پرداختند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بازاریابی شخصی و بازاریابی دیجیتال به طور همزمان تاثیر مثبتی روی تصمیمات خرید بیمه‌های زندگی دارند. داش^{۱۳} و چاکرابورتی^{۱۴} (۲۰۲۱) به بررسی ارتباط بین بازاریابی دیجیتال، رضایت مشتری، مشارکت مشتری و تمایل به خرید در بیمه‌های زندگی در دوران پاندمی پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که SEM، SEO، display، و E-CRM به طور قابل توجهی بر رضایت مشتری و تمایل به خرید تاثیرگذار هستند. باشکوه و همکاران (۱۳۹۹) رابطه بین استراتژی بازاریابی دیجیتال و مزیت رقابتی را با استفاده از مطالعه میدانی از طریق مدیران کسب و کارهای اینترنتی در ایران مورد بررسی قرار دادند.

با توجه به موضوعات مطروحه، شناسایی استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال مناسب می‌تواند برای شرکت‌های بیمه در ارائه سیاست‌ها و راهکارهایی به منظور افزایش فروش کمک نماید. لذا، در موضوع پیشنهادی حاضر هدف این است که استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال شناسایی و در ادامه، میزان اهمیت آن از دید خبرگان و همچنین، مشتریان مورد ارزیابی قرار گیرد.

۳- سوالات یا فرضیات پایان نامه (سوالات یا فرضیاتی که انتظار دارید پایان نامه پیشنهادی به آنها پاسخ دهد یا آن‌ها را بررسی نماید، ارائه نمایید.)

- ❖ استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال قابل کاربرد در بیمه‌های زندگی به چه صورت است؟
- ❖ میزان اهمیت استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال در بیمه‌های زندگی از دید خبرگان به چه صورت است و آیا از دید خبرگان تاثیری بر میزان خرید دارند؟
- ❖ میزان اهمیت استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال در بیمه‌های زندگی از دید مشتریان به چه صورت است و آیا از دید مشتریان تاثیری بر میزان خرید دارند؟
- ❖ چه راهکارهایی در حوزه تحقیق برای افزایش فروش بیمه‌های زندگی می‌توان ارائه داد؟

۴- مدل و روش شناسی (روش تحقیق، متغیرهای پیشنهادی مورد استفاده، جامعه و نمونه آماری و ...)

در ابتدا لازم است با روش مطالعه کتابخانه‌ای و بر اساس جمع‌آوری آمار و اطلاعات، استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال قابل کاربرد در بیمه‌های زندگی شناسایی شود و سپس میزان اهمیت آن از دید

^{۱۳} Dash

^{۱۴} Chakraborty



درخواست پیشنهاد موضوع پایان نامه (کارشناسی ارشد)

خبرگان و همچنین مشتریان با استفاده از مطالعه میدانی و مدل‌های مدیریتی موجود در این زمینه مورد ارزیابی قرار گیرد.

۵- نوآوری

ارزیابی استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال قابل کاربرد در بیمه‌های زندگی از دید خبرگان و مشتریان
مقطع: کارشناسی ارشد و رشته‌های مورد نیاز: مدیریت و بیم سنجی

۶- مقاله مرجع لاتین

Dash, G.; Chakraborty, D. Digital Transformation of Marketing Strategies during a Pandemic: Evidence from an Emerging Economy during COVID-۱۹. *Sustainability* ۲۰۲۱, ۱۳, ۶۷۳۵. <https://doi.org/10.3390/su13126735>

سایر مطالعات مربوطه:

- Desai, Vaibhava , (۲۰۱۹), digital marketing: a review, International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)
- Kurnia, rani rifani, (۲۰۲۰), the personal selling & digital marketing on purchase decision on insurance policy, economics and digital business review, volume ۱, issue ۲, ۱۲۰-۱۲۸
- باشکوه، محمد و زارعی، قاسم و شعبانی کورکا، سعید، ۱۳۹۹، بررسی تاثیر استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال بر وفاداری مشتریان در کسب و کارهای اینترنتی، چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران،

۷- اطلاعات تماس پیشنهاددهنده موضوع پایان نامه:

نام و نام خانوادگی عضو هیئت علمی: میترا قنبرزاده

سمت: عضو هیئت علمی و مدر گروه پژوهشی بیمه‌های اشخاص پژوهشکده بیمه

پست الکترونیکی: ghanbarzadeh@irc.ac.ir ghanbarzadeh.mitra@gmail.com

شماره تماس: ۲۲۰۸۳۸۹۵-۰۲۱