

رویکردهای عمده به رفتار مصرف کننده بیمه زندگی شامل رویکردهای اقتصادی، روان‌شناختی، جامعه‌شناختی، علوم‌شناختی و اقتصاد رفتاری می‌شود. افرادی که دارای سبک زندگی خردمندانه و عموماً ریسک‌گریز هستند و کسانی که معیارهای پیشگیرانه‌ای برای کاهش ریسک اتخاذ می‌کنند بطور خودکار و به احتمال بیشتر انواع مختلف بیمه‌های زندگی را خریداری می‌کنند.

کیفیت خدمات، سطح رضایت و رابطه شرکت با مشتری بر تصمیمات سرمایه‌گذاری افراد تأثیر می‌گذارد. معمولاً رابطه مثبتی بین تعامل نیروهای فروش با مصرف کنندگان به منظور افزایش فروش بیمه‌های زندگی در بازار وجود دارد.

این کتاب پلی بین حوزه نظری و عملی رفتار مصرف کننده بیمه زندگی در ایران است. شبکه فروش با مطالعه این کتاب به چارچوبی منسجم از پیش‌بینی و تحلیل رفتار بیمه‌گذاران دست خواهد یافت که می‌تواند آنها را در ارائه پیشنهادات ارزش و مداخلات اثربخش در هر مرحله از فرایند خرید بیمه‌گذار یاری رساند. این کتاب از جمله کتب تخصصی در حوزه بیمه است که به شکل موشکافانه و دقیق به رفتار مصرف کننده بیمه زندگی در ایران پرداخته است.

دانشجویان و پژوهشگران این اثر را دارای محتوایی غنی در حوزه خدمات مالی و به‌ویژه بیمه زندگی خواهند یافت که نشان می‌دهد چگونه مفاهیم، نظریه‌ها و الگوهای علمی می‌تواند راهنمای کسب و کارها، فعالان اقتصادی و آحاد جامعه در دنیای واقعی باشد. اگر در حوزه بیمه زندگی بطور تخصصی پژوهش یا فعالیت می‌کنید این کتاب شما را شگفت‌زده خواهد کرد. این کتاب در ۴۵۹ صفحه به رشته تحریر در آمده است.



مؤلفین:

دکتر حسینعلی بختیار نصرآبادی

دکتر طهمورث حسینی‌پور یاسوری

ناشر:

پژوهشکده بیمه

سال نشر:

۱۴۰۵

شابک:

۹۷۸۶۲۲۶۸۱۴۹۳۵