

بسم الله الرحمن الرحيم

نقش بازاریابی و ویروسی در پیشبرد اهداف
شرکت های بیمه

www.ketab.ir
تألیف:

لیلا حق شناس قاضی محله

نشر انعکاس

بهار ۱۴۰۱

شناسنامه

سرشناسه	: حق شناس قاضی محله، لیلا؛ ۱۳۶۵-
عنوان و نام پدیدآور	: نقش بازاریابی و ویروسی در پیشبرد اهداف شرکت های بیمه / تألیف: لیلا حق شناس قاضی محله
مشخصات ظاهری	: وزیری، ۱۱۶ ص.
مشخصات نشر	: رشت: انعکاس، ۱۴۰۱.
شابک	: ۵۰۰۰۰۰ ریال: ۳-۳۱-۷۷۴۵-۶۲۲-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: بازاریابی و ویروسی
رده بندی کنگره	: HF۱۲۶۵/۵۴۱۵
رده بندی دیوئی	: ۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابشناسی	: ۸۳۳۲۲۱

نام کتاب	: نقش بازاریابی و ویروسی در پیشبرد اهداف شرکت های بیمه
تألیف	: لیلا حق شناس قاضی محله
ویراستار	: ملیحه آرسته
ناشر	: نشر انعکاس
سال و نوبت چاپ	: چاپ اول ۱۴۰۱
شمارگان	: ۱۰۰۰
قیمت	: ۵۰۰۰۰۰ ریال
شابک	: ۳-۳۱-۷۷۴۵-۶۲۲-۹۷۸

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

مرکز نشر و پخش: رشت، کمربندی شهید بهشتی، خیابان شهید نظری، کوچه دهم،
روبروی مسجد امام حسین (ع)، نشر انعکاس، پلاک ۳۰۵/۱- کدپستی ۴۱۴۵۹۸۵۷۱۵
تلفکس: ۰۱۳۳۳۴۲۴۲۶۱- همراهِ: ۰۹۱۱۷۶۰۵۶۲۷- Email: Info@thesisbook.ir

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
پیشگفتار	۵
مقدمه	۷
بازاریابی	۸
بازاریابی نوین	۱۱
بازاریابی و ویروسی	۱۵
چگونگی عملکرد سیستم بازاریابی و ویروسی	۱۸
عوامل مهم برای برنامه های اجرایی بازاریابی و ویروسی	۲۱
فواید بازاریابی و ویروسی	۲۳
عناصر اثر بخش در بازاریابی و ویروسی	۲۶
نقش نیروی انسانی در پیشبرد اهداف بازاریابی و ویروسی	۲۷
مقصود بازاریابی و ویروسی	۲۹
دلایل محبوبیت بازاریابی و ویروسی	۳۰
انواع بازاریابی و ویروسی	۳۱
مشکلات بازاریابی و ویروسی	۳۳
روش های موثر برای بازاریابی و ویروسی	۳۵
استراتژی بسیار موثر در بازاریابی و ویروسی	۳۷
محرك های و ویروسی	۳۸
تهدیدات بازاریابی و ویروسی	۳۹
ابزارهای رایگان برای بازاریابی و ویروسی	۴۰
روش های انتقال بازاریابی و ویروسی	۴۴
بیمه	۴۷
تاریخچه صنعت بیمه در جهان	۴۸
صنعت بیمه در جهان امروز	۵۱

۵۲.....	تحول صنعت بیمه با ظهور اینشورتک ها
۵۳.....	تاریخچه بیمه در ایران
۵۶.....	انواع بیمه
۶۵.....	اصول بیمه
۶۹.....	مقایسه بیمه های بازرگانی و اجتماعی
۷۰.....	بیمه در بازارهای توظهور
۷۱.....	وضعیت کنونی بیمه در جهان
۷۵.....	وضعیت آتی صنعت بیمه در ایران
۷۶.....	برنامه تحول در صنعت بیمه کشور
۷۷.....	نقش اصلی صنعت بیمه
۸۲.....	مقایسه صنعت بیمه ایران و جهان
۸۶.....	شرکت های بیمه اموال، صدقات و ...
۸۷.....	ویژگی های حقوقی شرکت های بیمه
۸۹.....	شرکت های بیمه در ایران
۹۳.....	تفاوت ساختار صنعت بیمه در ایران و کشورهای پیشرو در زمینه صنعت بیمه
۹۷.....	نقش صنعت بیمه در رشد و توسعه اقتصادی
۱۰۰.....	بازاریابی و پروسی بیمه در دوران کرونا
۱۰۳.....	استراتژی کروناپی بازاریابی و پروسی برای فروش بیمه
۱۰۴.....	تدوین، ارزیابی و انتخاب استراتژی های بازاریابی و پروسی در شرکت های بیمه
۱۰۶.....	تدوین برنامه بازاریابی و پروسی در شرکت های بیمه
۱۰۷.....	اجرای استراتژی های بازاریابی و پروسی در شرکت های بیمه
۱۱۰.....	کنترل بازاریابی و پروسی در شرکت های بیمه
۱۱۲.....	سخن آخر
۱۱۴.....	منابع

پیشگفتار

بیمه از جمله نهادهای اقتصادی است که نقش مهمی در حیات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشورها ایفا می کند. بیمه از شاخه های مهم بخش خدمات به شمار می رود که از یک سو باعث نوعی تأمین و احساس امنیت برای بیمه گذاران می شود و از سوی دیگر در رشته هایی که از نظر اقتصادی مطلوب بوده و در مسیر اهداف توسعه اقتصادی دولت می باشد، بستری مناسب برای سرمایه گذاری فراهم می کند. فلسفه شکل گیری بیمه وجود خطر می باشد که همواره سابقه ای به قدمت زندگی انسان داشته و با ضرر و زیان همراه بوده است و موجب دل مشغولی انسان از بدو خلقت بوده است. در گذشته سرمایه اندک بوده و خطر هم گستره چندانی نداشته است؛ اما با توسعه جوامع بر دارائی انسان اضافه شد و میزان درگیری او با خطر و ریسک افزایش یافت.

امروزه، بیمه از مهم ترین و ضروری ترین نهادهای اقتصادی و اجتماعی است که برای نیل به هدف توسعه اجتماعی و اقتصادی لازم است. هرچند علمای شیعه، مشروعیت بیمه را فی الجمله پذیرفته اند، ولی اغلب علمای اهل سنت، مشروعیت بیمه را مورد تردید قرار داده اند. ضرورت نهاد بیمه برای توسعه اقتصادی و اجتماعی از یک طرف و مناقشات فقهی و حقوقی مربوط به بیمه از طرف دیگر باعث شده تا محققین شریعت با استفاده از عقود شرعی، مکانیسم بیمه ای جدیدی خلق نمایند که به عقیده آنها از عناصر ربا و قمار و غرر و ... عاری است. شاید کسی را کمترین گمانی نباشد که پیشرفت بیمه با توسعه اقتصادی کشور همواره ملازم است. و به ترمیم وضع اقتصادی یک کشور، افزایش مبادلات، ترقی سطح زندگی و توسعه سرمایه گذاری، موجب پیشرفت و نیز به بهبود وضع معیشت افراد کشور، حفظ ثروت ملی و تشکیل پس انداز های بزرگ کمک می کند. شاید بتوان با قطعیت گفت اگر اقتصاد یک کشور به بیمه

و حمایت های ناشی از آن متکی نباشد، در معرض خطرهای بزرگ و جبران ناپذیری قرار می گیرد. مقدمه پایه ریزی بیمه وجود ریسک یا عدم قطعیت در فعالیت های اقتصادی است و آن را می توان در مقابل شانس که احتمال وقوع خوشایند و مطلوب حوادث آینده است، احتمال وقوع حوادث زیان آور و نامطلوب در آینده دانست.

صنعت بیمه به عنوان یکی از شاخص های توسعه یافتگی از سویی به عنوان یکی از عمده ترین نهادهای اقتصادی مطرح بوده و از دیگرسوی فعالیت دیگر نهادها را پشتیبانی می کند. به عبارتی صنعت بیمه باگردآوری حق بیمه های دریافتی در توسعه اقتصادی دارای نقش است و از طرف دیگر با ایجاد امنیت و اطمینان برای فعالیت های خدماتی، تولیدی و... در جامعه روند سازندگی، پیشرفت و ترقی را تسهیل می کند. در این کتاب، تلاش بر آن است که جایگاه این صنعت ضروری در ایران و جهان با نگاهی تحلیلی بررسی شود. شاید کسی را کمترین گمانی نباشد که پیشرفت بیمه با توسعه اقتصادی کشور همواره ملازم است؛ و به ترمیم وضع اقتصادی یک کشور، افزایش مبادلات، ترقی سطح زندگی و توسعه سرمایه گذاری، موجب پیشرفت و به بهبود وضع معیشت افراد کشور، حفظ ثروت ملی و تشکیل پس اندازهای بزرگ کمک می کند.