

تبیین نقش هوش هیجانی بر عملکرد فروشندگان بیمه با توجه به متغیرهای میانجی رفتار فروش انطباقی و رفتار فروش مشتری محور (مطالعه موردی: نمایندگی های فروش بیمه ایران)

منیژه محمدی آهنی

کارشناس ارشد رشته مدیریت بازرگانی - بیمه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوئین زهرا، تهران، ایران.

چکیده

هدف از انجام این تحقیق، تبیین نقش هوش هیجانی بر عملکرد فروشندگان بیمه با توجه به متغیرهای میانجی رفتار فروش انطباقی و رفتار فروش مشتری محور در نمایندگی های فروش بیمه ایران، بود. از روش توصیفی- همبستگی برای انجام این تحقیق استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه فروشندگان نمایندگی های فروش بیمه ایران در شهر تهران به تعداد ۴۲۵۶ نفر می باشند که بر اساس فرمول کوکران تعداد ۳۵۲ نفر به عنوان نمونه تحقیق تعیین شدند. برای بررسی متغیرهای تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شد که دارای ۷۰ سوال است. پایایی پرسش نامه ها به وسیله ضریب آلفای کرونباخ تایید شد، روایی محتوایی پرسش نامه ها توسط جمعی از اساتید دانشگاه و روایی سازه آنها توسط تحلیل عاملی تاییدی مورد تایید قرار گرفت. از روش های آمار استنباطی از نوع پارامتریک، از قبیل آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای اطمینان از نرمال بودن داده ها و مدل معادلات ساختاری و تحلیل مسیر به کمک نرم افزار لیزرل جهت آزمون فرضیه ها استفاده شده است. مهمترین یافته های تحقیق نشان داد که، هوش هیجانی بر رفتار فروش انطباقی فروشندگان بیمه ایران تاثیر مثبت دارد، هوش هیجانی بر رفتار فروش مشتری محور فروشندگان بیمه ایران تاثیر مثبت دارد، رفتار فروش انطباقی به عنوان متغیر میانجی در رابطه بین هوش هیجانی و عملکرد فروشندگان بیمه ایران تاثیر مثبت دارد. رفتار فروش انطباقی بر عملکرد فروشندگان بیمه ایران تاثیر مثبت دارد، رفتار فروش مشتری محور بر عملکرد فروشندگان بیمه ایران تاثیر مثبت دارد، رفتار فروش مشتری محور به عنوان متغیر میانجی در رابطه بین هوش هیجانی و عملکرد فروشندگان بیمه ایران تاثیر مثبت دارد.

واژه های کلیدی: هوش هیجانی، عملکرد فروشندگان، رفتار فروش انطباقی، رفتار فروش مشتری محور

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۶، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۹، صفحات ۲۹۸-۲۷۰