

## بررسی و تحلیل تاثیر اعتماد اجتماعی مشتریان بر میزان موفقیت بازاریابی الکترونیک:

### مطالعه موردی شرکت بیمه سامان در شهر تهران

اقدس سادات محمدی نژاد<sup>۱</sup>، بنیته سالک<sup>۲</sup>، بهزاد مشعلی<sup>۳</sup>

#### چکیده

هدف کلی این تحقیق بررسی و تحلیل تاثیر اعتماد اجتماعی مشتریان بر میزان موفقیت بازاریابی الکترونیکی بیمه سامان در شعب شهر تهران است. این تحقیق از نوع پیمایشی است و از آنجا که این تحقیق متغیرهای مستقل را مورد بررسی و رابطه آنها را با متغیرهای وابسته تحقیق مورد سنجش قرار می دهد به این لحاظ این تحقیق از نوع توصیفی- همبستگی می باشد که به روش پیمایشی اجرا شده است. جامعه آماری در این تحقیق را کلیه کارشناسان صف و ستادی، مدیران و متخصصین شاغل در بیمه سامان در سطح شهر تهران تشکیل می دهند. خبرگان مورد اشاره، علاوه بر تسلط و تخصص موضوعی به صورت علمی، به صورت عملی نیز با صنعت بیمه در ارتباط می باشند. روش نمونه گیری تصادفی می باشد که تعداد کل جامعه آماری این تحقیق در حدود ۲۰۰ نفر می باشد لذا برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. و تعداد ۱۳۵ نفر تعیین گردید. برای تعیین روایی پرسشنامه مورد استفاده از نظر خبرگان استفاده شده است. پایایی ابزار تحقیق با استفاده از روش از آلفای کرونباخ ۰/۸۳۳ تعیین گردید. نتایج بدست آمده حاکی از تاثیر مثبت اعتماد اجتماعی مشتریان بر موفقیت بازاریابی الکترونیکی شرکت بیمه سامان است. نتایج حاصله برای نهادهای سیاستگذار و ناظر بر این صنعت و همچنین سایر محققان کاربردی می باشد.

کلمات کلیدی: اعتماد اجتماعی، مشتری، بازاریابی الکترونیک، بیمه سامان، تهران.