

## مشتری مداری از اولویت‌های اصلی شرکت بیمه تجارت‌نو

سرپرست مدیریت امور مشتریان شرکت بیمه تجارت‌نو، بایان اینکه «ماموریت اصلی شرکت متبوع وی در مدار مشتری مداری لحاظ شده است.»، اظهارکرد: با هدف افزایش رضایتمندی مشتریان و توسعه مدیریت ارتباط با مشتری این شرکت از ابتدای سال ۱۴۰۰ مرکز تماس خود را راه اندازی کرده است.

به گزارش سایت خبری پرسون، «فرزانه سلیمانی» گفت: رایج‌ترین و شاید بزرگترین مانع برسرراه عملکرد مبتنی بر مشتری مداری، در اصل، فقدان فرهنگ مشتری مداری سازمانی است و هنوز هم بیشتر سازمان‌ها غالباً بر مبنای تمرکز بر محصول و فروش عمل می‌کنند.

وی، ادامه داد: به این ترتیب، مشتری مداری تنها در بخش‌های خاصی از قبیل بازاریابی، در اولویت قرار می‌گیرد درحالی‌که برای پیاده‌سازی و اجرای یک استراتژی مشتری مداری، سازمان باید دارای فرهنگی هماهنگ با این مساله باشد.

سرپرست مدیریت امور مشتریان شرکت بیمه تجارت‌نو، معتقد است که مشتری مداری به ویژه در سازمان‌های خدماتی و به خصوص موسسات بیمه‌گری، دارای نمود بیشتری است چرا که یکی از ویژگی‌های اصلی خدمات و تفاوت آن با محصولات فیزیکی، تفکیک ناپذیری آن است.

سلیمانی، توضیح داد: خدمات از ارائه دهنده آن جدا نیست پس می‌بایست این فرهنگ در جای جای سازمان نهادینه گردد تا بتوان انتظار ارائه خدمات مطلوب را داشت.

وی، بیان کرد: شرکت بیمه تجارت‌نو سعی کرده است تا ماموریت اصلی خود را در کلیه ساختار شرکت بر مدار «مشتری مداری» لحاظ کند و با اولویت اهمیت به مشتری مداری اقدامات مختلفی را طراحی و راه اندازی کند.

سرپرست مدیریت امور مشتریان شرکت بیمه تجارت‌نو، در خصوص اقدامات اخیر شرکت متبوع خود در راستای مشتری مداری، طرح وام بیمه تجارت‌نو در راستای ارائه خدمات به مشتریان سازمانی و کارکنان آن‌ها، سیستم مدیریت خرده فروشی با هدف توسعه کانال توزیع و سهولت دسترسی مشتریان و افزایش ضریب نفوذ بیمه و همچنین راه اندازی مرکز تماس این شرکت از ابتدای سال ۱۴۰۰ با هدف افزایش رضایتمندی مشتریان و توسعه مدیریت ارتباط با مشتری اشاره کرد.