

الملخص باللغة العربية

وسائل التواصل الاجتماعي واجتذاب عملاء جدد في سوليدرتي – الشركة الأولى للتأمين

إعداد

رمزي خضر الغول

إشراف

الأستاذ الدكتور نجم عبود نجم

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي بأبعاده الثلاثة (المحتوى، العروض، أدوات وسائل التواصل الاجتماعي) على استقطاب العملاء بأبعاده الثلاثة (الاستجابة للحاجات الشخصية، إقناع العملاء، ثقة العميل) في سوليدرتي – الشركة الأولى للتأمين، وتسعى الدراسة إلى تقديم مراجعة واسعة لصفحة سوليدرتي – الأولى للتأمين على وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على استقطاب العملاء من خلال أن يكون المحتوى الذي يتم عرضه يلامس حاجة العميل، بالإضافة إلى أن العروض التي تطرحها الشركة تكون ذات أهمية للعميل ويكون لها الأثر على قرار الشراء من خدمات الشركة. وهل أن أدوات التواصل الاجتماعي من ترويج المحتوى للوصول إلى أعلى مشاهدة من قبل العملاء لها الأثر على جذب العميل ولفت نظره للصفحة واجتذابه لخدمات الشركة والتحول إلى زبون جديد لها بفضل ما يقدمه الموقع الإلكتروني للشركة.

ومن أجل دراسة هذا الأثر تم تصميم وتطوير استبانة مكونة من ثلاثة أجزاء، الجزء الأول تمثل في البيانات الديموغرافية (سنة أسئلة)، والجزء الثاني عن أبعاد وسائل التواصل الاجتماعي (الاستجابة محتوى الرسالة، العروض الجديدة، وأدوات التواصل الاجتماعي) في (22) عبارة غطت هذه الأبعاد الثلاثة، والجزء الثالث يتعلق باستقطاب العملاء الجدد (الحاجات الشخصية، إقناع العميل، وبناء ثقة العميل) وتمثل في (16) عبارة شملت الأبعاد الثلاثة، فقد تم رفع الاستبانة على صفحة سوليدرتي الأولى للتأمين على وسائل التواصل الاجتماعي، وتم استهداف فئة غير عملاء

الشركة الحاليين حيث تمت الإشارة على إعلان الاستبانة أن عملاء الشركة الذين لديهم خدمات تأمينية غير معنيين بها وتم تعبئة الاستبانة من قبل 300 عميل جديد.

ولغرض عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات والتحليل تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وقد تم عرض البيانات الوصفية وإجراء الاختبارات الضرورية من أجل التأكد من صلاحية إجابات أفراد العينة.

وفي الجزء الأخير من التحليل تم اختبار فرضيات الدراسة بما يمكن من تحديد استنتاجات وتوصيات الدراسة، وتم إرفاق العديد من التوصيات والنتائج والتي سيتم إرساله إلى سوليديرتي - الأولى للتأمين للاستفادة منها حسب تراتيه الشركة.

يذكر أن سوليديرتي - الشركة الأولى للتأمين تأسست عام 2007 برأس مال مقداره 24 مليون دينار أردني، حيث باشرت الشركة أعمالها في منتصف عام 2008، استطاعت الأولى للتأمين ومن البداية أن تخطو خطوات ثابتة نحو تحقيق النتائج المميزة، وقفزت إلى المراتب الأولى من حيث النتائج المالية، ونسب النمو في السوق، وفي العام 2015 تم الاستحواذ والاندماج مع شركة اليرموك للتأمين وزيادة رأس المال ليصبح 28 مليون دينار أردني مدفوع بالكامل، وتقدم الشركة خدماتها اليوم من خلال سبعة عشرة فرعاً ونقطة بيع منتشرة في مختلف مناطق المملكة، حيث استطاعت الشركة تعزيز مكانتها وملائتها المالية في السوق، مما دفع وكالة التصنيف العالمية AM BEST إلى منح الشركة تصنيف ++B للمرة السادسة على التوالي ورفع النظرة المستقبلية للشركة من منظور مستقر إلى إيجابي.