

عنوان مقاله:

مطالعه‌ی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان بانکداری شرکتی به منظور طراحی برنامه‌های وفادارسازی

محل انتشار:

دومین کنفرانس علمی پژوهشی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

پروانه مهرعلی زاده - دانشجوی دوره مدیریت عالی بانک، موسسه آموزش عالی بانکداری ایران

خلاصه مقاله:

در بازارهای رقابتی امروزی، بـا گـرایش بـانـکـهـا و مـوسـسـاتـمـالـی و اـعـتـبـارـیـبـهـسـمـتـمشـتـرـیـمـدـارـی ، مـدـیرـیـتـارـتبـاطـبـاـمشـتـرـیـنـیـزـپـیـچـیـدـگـیـهـایـخـاصـیـبـیـداـکـرـدهـاسـتـ. اـزـطـرفـدـیـگـرـهـدـفـاـصـلـیـبـاـنـکـهـاـوـمـوسـسـاتـمـالـیـوـاعـتـبـارـیـاـیـجـادـسـوـدـآـورـیـاـسـتـبـرـایـرـسـیدـنـبـهـاـیـنـهـدـفـبـایـدـتـحـلـیـلـیـاـزـنـحـوـهـیـمـدـیرـیـتـارـتبـاطـبـاـمـشـتـرـیـاـنـشـانـفـراـهـمـنـمـایـنـدـوـمـنـتـاـسـبـبـاـآنـاـسـتـرـاتـیـزـهـایـبـاـزـارـیـاـبـیـمـنـاـسـبـرـاـتـدـوـبـیـنـنـمـایـنـدـ. اـزـجـمـلـهـاـیـنـاـسـتـرـاتـیـزـهـایـمـیـتـوـانـبـهـاـرـائـهـبـرـنـامـهـهـاـوـرـاهـکـارـهـایـنـقـوـیـتـوـفـادـارـیـمـشـتـرـیـاـنـاشـاـرـهـکـرـدـ. اـزـجـمـلـهـاـیـنـاـسـتـرـاتـیـزـهـایـمـیـتـوـانـبـهـاـرـائـهـبـرـنـامـهـهـاـوـشـرـکـتـبـهـمـنـظـورـطـرـاحـیـبـرـنـامـهـهـایـحـفـظـمـشـتـرـیـاـنـخـودـ، بـایـدـبـاـتـوـجـهـطـرـفـدـیـگـرـمـنـابـعـسـاـزـمـانـیـمـحـدـوـدـوـشـرـکـتـبـهـمـنـظـورـطـرـاحـیـبـرـنـامـهـهـایـحـفـظـمـشـتـرـیـاـنـخـودـ، بـایـدـبـاـتـوـجـهـبـهـعـوـاـمـلـتـاثـیـرـگـذـارـبـرـوـفـادـارـیـوـاـهـمـیـتـهـرـیـکـاـزـایـنـعـوـاـمـلـ، اـیـنـمـنـابـعـمـحـدـودـرـاـتـخـصـیـصـدـهـدـ. لـذـاـیـکـیـاـزـچـالـشـهـایـبـزـرـگـیـکـهـسـاـزـمـانـهـایـمـشـتـرـیـمـحـوـرـ، خـصـوصـاـبـانـکـهـاـبـهـعـلـتـفـضـایـرـقـاـبـتـیـحـاـکـمـبـرـآـنـهـاـ، بـاـآنـدـرـگـیـرـهـسـتـنـدـ، شـنـاخـتـمـشـتـرـیـاـنـوـاـیـجـادـتـمـاـیـزـبـیـنـمـشـتـرـیـاـنـاـزـمـنـظـورـوـفـادـارـیـاـسـتـ. هـدـفـاـیـنـمـقـالـهـ، بـرـآـورـدـتـاـثـیـرـاـنـوـاعـبـرـنـامـهـهـایـوـفـادـارـسـاـزـیـبـرـاـسـاـسـنـوعـپـاـداـشـاعـطـاـیـبـرـاـیـجـادـتـعـهـدـقـوـیـ

مشـتـرـیـاـنـبـانـکـدـارـیـشـرـکـتـیـبـرـایـاـدـمـهـهـمـکـارـهـایـبـاـنـکـوـاـرـائـهـهـرـوـیـکـرـدـیـبـرـایـشـنـاسـاـبـیـوـبـخـشـبـنـدـیـمـشـتـرـیـاـنـبـانـکـدـارـیـشـرـکـتـیـجـهـتـطـرـاحـیـبـرـنـامـهـهـایـوـفـادـارـسـاـزـیـمـبـیـاـشـدـ. بـرـایـاـیـنـمـنـظـورـوـاقـدـامـاتـیـکـهـجـهـتـاـیـجـادـرـوـاـبـطـمـدـاـوـمـوـبـلـنـدـمـدـتـبـاـمـشـتـرـیـاـنـبـانـکـدـارـیـشـرـکـتـیـ. کـهـهـمـاـنـشـرـکـتـهـایـبـزـرـگـحـقـوقـیـهـسـتـنـدـمـتـصـورـمـیـبـاـشـنـدـ. بـرـرـسـیـشـدـهـاـنـدـ.

کلمات کلیدی:

وفاداری مشتریان، برنامه‌های وفادارسازی، بانکداری شرکتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1133943>

