

عنوان مقاله:

بازاریابی متمایز خدمات نوین بانکی

محل انتشار:

پنجمین همایش بین المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و علوم اجتماعی (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

جواد خاکسار - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی EMBA

سیده الهه حسینی - کارشناسی ارشد ریاضی محض (بانکدار ارشد اعتباری بانک آینده)

خلاصه مقاله:

آغاز قرن بیست و یک می توان آغاز توسعه حضور، گسترش رقابتو رویایی بانک های تجاری و موسسات بانکی و اعتباری، خصوصی و دولتی (که از ارکان مهم اقتصاد محسوب می گردد) و تقابل نقاط قوت و ضعف و همچنین جدال کسب فرصت ها و مبارزه با چالش ها و بحران های بازار بر شمرد. از این رو اکثریت سازمانها ارائه خدمات منطبق بر نیازهای مشتریان و تمرکز بر جلب رضایت آن ها می پردازد. لذا در پژوهش حاضر، با بررسی تحقیقات مرتبط در زمینه بازاریابی نوین و استراتژی های رقابتی حوزه خدمات بانکی، شرط اساسی موفقیت در سیل خدمات بانکی را بازاریابی متمایز خدمات، در مسیر نوآوری در طراحی، درک عمیق روابط اجتماعی و احترام با پیاده سازی خدمات بانکداری اختصاصی و شرکتی، ایجاد تعلق پایدار در سایه ارائه خدمات مانا، دانسته و با تشریح کارایی هریک از تکنیک و تاکتیک های مرتبط به نحوه ی پیاده سازی عملیاتی به همراه ارائه همکاری های بهینه یابی شده، پرداخته است.

کلمات کلیدی:

بازاریابی متمایز خدمات، بانکداری رقابتی، بازاریابی خدمات نوین بانکی، خدمات رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1169008>

