

## عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر شهرت سازمانی و تاثیر آن بر وفاداری مشتریان در موسسه اعتباری کاسپین

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

هدی جان نثار احمدی - عضو هیئت علمی گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تربت جام، ایران

حامد قادری تربتی - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تربت جام، ایران

## خلاصه مقاله:

رقابت نزدیک میان بانکها و موسسات اعتباری برای دستیابی به موقعیت جدید اقتصادی و اجتماعی در سطوح خرد و کلان، سازمانها را ملزم به توجه بیشتر به مقوله های مختلفی از جمله مشتری مداری، شهرت، تبلیغات دهان به دهان و ... کرده است. در این بین برای پیشی گرفتن از رقبای، توجه به استراتژی شهرت و بهبود روابط با مشتریان اهمیت ویژه ای دارد؛ در این راستا این پژوهش درصدد آن است که ضمن تبیین مفهومی موضوع شهرت و وفاداری، اثرگذاری آنها را در شعب موسسه اعتباری کاسپین شهر تربت حیدریه مورد بررسی قرار دهد. روش پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و برحسب روش تحقیقی توصیفی پیمایشی است. نمونه مطالعه شده در این پژوهش شامل مشتریان موسسه اعتباری کاسپین در شعب شهر تربت حیدریه می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار ۳ Smart PLS استفاده شده است. یافته های پژوهش حاکی از آن است که، پیشنهاد دادن به مشتری، نوآوری، برند کارفرما، رهبری، قابلیت اطمینان، اقدامات اجتماعی بر شهرت سازمان و شهرت سازمان بر وفاداری مشتریان این موسسه تاثیر مثبت دارد.

## کلمات کلیدی:

شهرت سازمان، مشتری، وفاداری، مدل یابی معادلات ساختاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1244922>

