

## عنوان مقاله:

بررسی نظام مدیریت تجربه مشتری در بانک ها

## محل انتشار:

دومین همایش ملی مدیریت نوین و کسب و کارهای نوپا (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسنده:

عاطفه جمهوری - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر، ایران

## خلاصه مقاله:

تجربه مشتری به طور فزاینده ای در حال تبدیل شدن به یک عامل تمایز برای شرکت ها و برندهای آنها است. شرکت ها به تازگی متوجه اهمیت تجربیات بهتر در وفاداری مشتری و تلاش برای مدیریت این تجربیات شده اند. رقابت فزاینده در عرصه خدمات مالی و تاسیس موسسات مالی متعدد، وفادار ساختن مشتریو افزایش سهم بازار از طریق رقابت را به یک چالش مهم برای بانک ها تبدیل کرده است. هدف این مقاله بررسی نظام مدیریت تجربه مشتری در بانک ها می باشد. این پژوهش، یک مطالعه موردی بوده و بر اساس بررسی جامع پژوهش های گذشته انجام شده است. این مطالعه به کسب مزیت رقابتی توسط بانک خت و سایر موسسات مالی از طریق مدیریت تجربیات مشتریان در یک فضای بی ثبات تجاری کمک می کند و می تواند باعث کاهش رفتار تعویض از طریق بهبود مدیریت تجربه در همه نقاط تماس مشتری شود.

## کلمات کلیدی:

تجربه مشتری، مدیریت تجربه مشتری، صنعت بانکداری، مشتری مداری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1246220>

