

عنوان مقاله:

راهکارهای ترغیب مشتریان بانک سپه با استفاده از خدمات الکترونیک و کاهش هزینه های بانکی

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات، کامپیوتر و مخابرات (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

محسن محمدی - موسسه آموزش عالی مهر البرز

محمدتقی جعفری - موسسه آموزش عالی مهر البرز

مسعود اعتصامی فام - موسسه آموزش عالی مهر البرز

محمود حاتمی - موسسه آموزش عالی مهر البرز

محمدهادی مهاجری امیری - موسسه آموزش عالی مهر البرز

خلاصه مقاله:

با رشد روز افزون فناوری اطلاعات و بازار رقابتی موجود در حوزه بانک ایران موضوع پذیرش بانکداری الکترونیک توسط مشتریان مورد توجه قرار گرفته است. یکی از مفاهیم کاربردی در ارائه خدمات الکترونیک بانکی، بانکداری اینترنتی است. با افزایش رو به رشد امنیت بانکداری اینترنتی و اقدامات مهمی که توسط بانک ها در خصوص ارائه خدمات بانکداری اینترنتی در کشور صورت گرفته است و همچنین با توجه به رشد تعداد استفاده کنندگان از خدمات بانکداری اینترنتی، برای بازاریابان بانک ها الزامی است که درک بهتری از کاربران و مشتریان بانکداری اینترنتی داشته باشند، در پژوهش حاضر عوامل موثر بر تصمیم خرید مشتریان بانکداری اینترنتی مورد بررسی قرار گرفته است. جمع آوری داده ها به وسیله پرسشنامه الکترونیکی و با مطالعه موردی مشتریان خدمات اینترنتی بانک سپه نتایج حاصل از تحلیل داده ها نشان داد که با طراحی سیستم های ارائه دهنده خدمات بانکداری اینترنتی به صورت ایمیل و با امکان ارائه خدمات بدون خطا و قطعی به مشتریان ارائه خدمات متنوع اینترنتی، اطلاع رسانی به موقع در خصوص خدمات آموزش مشتریان در خصوص چگونگی استفاده از خدمات و تلاش در راستای ایجاد نگرش مثبت در مشتریان با طراحی بسته های تبلیغاتی مناسب، بانک ها می توانند به موفقیت در ارائه خدمات اینترنتی به مشتریان دست یابند.

کلمات کلیدی:

ترغیب مشتریان، خدمات الکترونیک، کاهش هزینه های بانک، رضایت مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1261261>

