

عنوان مقاله:

مطالعه تاثیر اعتبار نیروی فروش بر رفتار مشتری در صنعت بانکداری (مطالعه موردی بانک اقتصادنویین)

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تجارت جهانی، اقتصاد، دارایی و علوم اجتماعی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

زهره عالمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

میلاد زارع مجتهدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر یک پژوهش توصیفی-تحلیلی با ماهیت کاربردی است که به مطالعه تاثیر اعتبار نیروی فروش بر رفتار مشتری در صنعت بانکداری (مطالعه موردی بانک اقتصادنویین) می پردازد. نمونه آماری آن ۳۸۴ نفر از مشتریان بانک اقتصادنویین استان تهران می باشد که با استفاده از فرمول کوکران و با خطای ۵ درصد از میان مشتریان بانک اقتصاد نویین انتخاب شده است. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش شامل پرسشنامه ای پژوهش گر ساخت می باشد که روایی و پایایی آن از طریق تحلیل عاملی و آلفای کرونباخ تایید شده است. در بخش تحلیل آماری نیز در ابتدا تحلیل توصیفی پژوهش در دو بخش مورد بررسی قرار می گیرد و در انتها بررسی تحلیلی آماری صورت می گیرد. در بخش تحلیل آماری در مرحله اول نرمال بودن داده ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بین متغیرهای پژوهش مورد بررسی قرار می گیرد. در مرحله بعد روایی سازه متغیرهای پژوهش و شاخص های منتج از آن ها با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تاییدی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج آزمون های آماری تمام فرضیات را تایید کرد. در انتهای پژوهش نیز با استفاده از نتایج بدست آمده از پژوهش پیشنهاداتی ارائه گردید.

کلمات کلیدی:

ارزش اقتصادی، اعتبار نیروی فروش، کارایی خدمات، تعالی خدمات، تعامل لذت بخش، سهم خرید مشتریان، وفادرای مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1380152>

