

عنوان مقاله:

رتبه بندی بانک های خصوصی با توجه به فاکتورهای موثر بر رضایتمندی مشتریان با استفاده از روش تاپسیس فازی

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

سید موسی خادمی - عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور

علیرضا نبی نیا - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی

مختار رضائی - مدرس دانشگاه پیام نور، رشته مدیریت دولتی

خلاصه مقاله:

از عوامل موثر در موفقیت سازمان ها در دنیای رقابت جهانی امروز کسب رضایتمندی مشتریان خود می باشد. بانک ها به عنوان موسسات اقتصادی همواره به دنبال تحقق توقعات و نیازهای مشتریان خود می باشند. امروزه سازمان ها در تلاش هستند با تکیه بر فن آوری های جدید اطلاعاتی، سازمان را به گونه ای تغییر دهند که رسالت پاسخگویی به مردم را در کمترین زمان، با بهترین کیفیت و کمترین هزینه به انجام برسانند و مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM) بهترین راه ممکن برای رسیدن به این مقصود است. مدیریت ارتباط با مشتری مزایای بسیاری چون ارائه اطلاعات و خدمات به صورت پیوسته و ۲۴ ساعته، کاهش هزینه ها، افزایش بازده و بهره وری را برای سازمان ها به ارمغان می آورد. لذا این پژوهش با هدف انتخاب برترین بانک با روش تاپسیس فازی پرداخته است. نتیجه بدین صورت است که با توجه به شاخص ها پنجمین بانک، بانک منتخب است.

کلمات کلیدی:

موفقیت سازمان ها، رقابت جهانی، مدیریت ارتباط با مشتری، بانک ها، تاپسیس فازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1705418>

