

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت رابطه بر پاسخ های رفتاری مشتریان در مراحل مختلف چرخه عمر رابطه مشتری (مطالعه موردی: بانک کشاورزی تبریز)

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 8، شماره 3 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

## نویسندگان:

عبدالحمید ابراهیمی - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

صمد عالی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف مقاله حاضر، تعیین تاثیر کیفیت رابطه بر پاسخهای رفتاری مشتریان در مراحل مختلف چرخه عمر رابطه مشتری در صنعت بانکداری ایران است. بدین منظور مشتریان بانک کشاورزی به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند و تعداد ۴۱۷ مشتری با تکمیل پرسشنامه، در تحقیق مشارکت کردند. برای انتخاب نمونهها از روش نمونهگیری تصادفی ساده استفاده و فرضیههای تحقیق با استفاده از تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری و نرم افزار AMOS آزموده شد. یافتههای تحقیق نشان داد کیفیت رابطه بین بانک و مشتری بر وفاداری مشتری، تبلیغات دهان به دهان و سهم مشتری تاثیر مثبتی دارد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد با سالخوردنتر شدن رابطه بین مشتری و بانک، از تاثیر کیفیت رابطه بر تبلیغات دهان به دهان و وفاداری مشتری کاسته میشود، ولی تاثیر کیفیت رابطه بر سهم مشتری در مراحل مختلف چرخه عمر رابطه مشتری یکسان است.

## کلمات کلیدی:

"بازاریابی رابطه مند"، "پاسخ های رفتاری مشتریان"، "چرخه عمر رابطه"، "کیفیت رابطه"

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1740807>

