

## عنوان مقاله:

بررسی ارتباط میان تعالی سازمان و مدیریت ارتباط با مشتری در بانک ها

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات بانکی (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

نسترن حیدری - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

حسین دمیرچی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران

## خلاصه مقاله:

چکیده امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات به سرعت به پیش می تازد و جوامع را دچار تغییرات زیادی کرده است مشاغل، مهارتها، فرهنگها، همه و همه تحت تاثیر فناوری قرار گرفته اند، بی شک تعالی سازمانها نیز سهم عمده ای در توسعه این فناوری ها داشته اند. تعالی سازمانی از جمله مفاهیمی بوده است که همواره سیستمهای کاری و سازمانی به دنبال آن بوده و رشد و ارتقای سطح یک سازمان در تمامی ابعاد مختلف آن را نشان می دهد. از اینرو دامنه گسترده ای را دربرگرفته و این خود موضوع را پیچیده تر می کند. مدیریت ارتباط با مشتری به مدیران سازمانها کمک می کند که مشتریان خود را حفظ کرده و با آنها ارتباطی سازنده برقرار می کند. تعالی سازمان به عنوان یکی از عوامل پنهان و زیرساختی برای استقرار سیستم های مدیریت و تکنولوژی شناخته شده است. مقاله حاضر با هدف بررسی نقش تعالی سازمان و ابعاد آن ( تمرکز بر مشتری، مشارکت کارکنان، تصمیم گیری، بهبود مستمر) در سطح بانکهای ملت استان البرز در سال 1391 نگاشته شده است. جامعه آماری این پژوهش 181 نفر از کارکنان شعب بانک ملت استان البرز می باشد؛ در این پژوهش برای اکتشاف عوامل و بسط گویه های پرسشنامه از روش تحلیل مولفه های اصلی ( PCA ) و روابط ساختاری ( LISREL ) استفاده شده است. تحلیل داده با استفاده از تحلیل مسیر و مدل معادلات ساختاری، صورت گرفته شده است. یافته های پژوهش نشان میدهد که تعالی سازمان بر جنبه های مختلف مدیریت ارتباط با مشتری یعنی، مشتری، وفاداری مشتری، جذب مشتری و تعامل با مشتری اثر مثبت و معنی داری دارد. بار اساس آمار بیشتر اثر گذری بر رضایت مشتری و در درجات بعدی وفاداری مشتری، جذب مشتری و تعامل با مشتری قرار دارند

## کلمات کلیدی:

تعالی سازمان، مدیریت ارتباط با مشتری، معادلات ساختاری، بانک ملت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/178073>

