

## عنوان مقاله:

تبیین عوامل موثر بر توسعه و تقویت برند بانکها از دیدگاه مشتریان

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

عباس کشوری - کارشناس ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرکز تهران

حمید زحمتکش - کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی دانشگاه تهران

## خلاصه مقاله:

هر بانک جهت ارتباط با مشتری عواملی را که بتواند نوعی رابطه و پیوند پایدار ایجاد نماید را ملحوظ نظر قرار داده ، تا بتواند ضمن ایجاد انتخاب و وفاداری مشتری سودآوری آن سازمان نیز تضمین گردد. در این تحقیق هشت عامل تاثیر گذار بر تعیین و توسعه برند بانکها مورد بررسی قرار می گیرد. برای آزمون فرضیه ها از بین مشتریان بانکهای مختلف که بطور تصادفی انتخاب شده اند، از طریق پرسشنامه اطلاعات جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و در نهایت پیشنهادهای کاربردی برای مدیران و برای تحقیقات آتی ارائه گردید

## کلمات کلیدی:

برند، بانکداری، بازاریابی خدمات بانکی، مسولیت اجتماعی، تبلیغات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/178082>

