

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر وفاداری مشتری در شعب بانک

محل انتشار:

ششمین همایش ملی توسعه علوم فناوریهای نوین در مدیریت، حسابداری و کامپیوتر (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

زینب مرادعلی نیا - کارشناس ارشد حسابداری دانشگاه پیام نور بهشهر

خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری در بانک ها به دلیل ماهیت کار آنها بسیار حائز اهمیت است. برای موفقیت در کسب و کار، باید از مشتریان و خواسته های آنها درک صحیحی داشته باشیم. مدیریت ارتباط با مشتری به دلیل به دست آوردن، نگه داری و افزایش رضایت مندی مشتریان، ابزاری کارآمد برای وفاداری مشتریان به سازمان است. برای بهبود وضعیت مالی و سودآوری بانک، مدل بهینه مدیریت ارتباط با مشتری با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی ارائه شده است. عوامل مهم در مدیریت ارتباط با مشتری شامل مشتری محوری، وفاداری، شناخت نیاز، درک متقابل و انعطاف پذیری هستند. برای موفقیت در مدیریت ارتباط با مشتری، باید خدمات سریع به مشتریان ارائه شود، نیازهای مشتریان کلیدی از طریق فرآیند یادگیری مستمر شناسایی شود، سیستم بازخورد دقیق از مشتریان وجود داشته باشد، مدیران ارشد به مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان یک اصل ضروری توجه کنند، تلاش برای جلب وفاداری مشتری از راه های گوناگون انجام شود. لذا با توجه به اهمیت موضوع در این مقاله به بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر وفاداری مشتری در شعب بانک پرداخته می شود.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط، وفاداری، مشتری مداری، بانک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1875545>

