

## عنوان مقاله:

ارائه مدل بازاریابی تجربی جهت نگهداری مشتریان در صنعت بانکداری (تجربه بانک رفاه)

## محل انتشار:

مجله اقتصاد و بانکداری اسلامی، دوره 12، شماره 44 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسندگان:

ندا ابطحی - *Phd Candidate In Business Management (Marketing), Department Of Management, Faculty Of Human Science, Islamic Azad University, Shahr-E Qods Branch, Tehran, Iran*

الهام فریدچهر - *Assistant Professor Of Business Management, Department Of Management, Faculty Of Human Science, Islamic Azad University, Shahr-E Qods Branch, Tehran, Iran*

نادر غریب نواز - *Assistant Professor, Department of Business Management, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Shahr-e-Qods Branch, Tehran, Iran*

## خلاصه مقاله:

نقش بازاریابی تجربی به عنوان یک ابزار راهبردی جهت نگهداری مشتریان در صنایع رقابتی از جمله صنعت بانکداری انکارناپذیر است. این پژوهش با هدف طراحی مدل بازاریابی تجربی در صنعت بانکداری انجام شده است. پژوهش حاضر از نظر هدف یک پژوهش کاربردی-توسعه ای است و از نظر شیوه گردآوری داده ها یک پژوهش توصیفی-پیمایشی محسوب می شود. جامعه مشارکت کنندگان بخش کیفی شامل خبرگان نظری (اساتید بازاریابی) و تجربی (مدیران بانک رفاه) هستند. نمونه گیری بخش کیفی به روش هدفمند صورت گرفت و با ۲۹ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد. در بخش کمی نیز از دیدگاه ۳۸۴ نفر از مشتریان بانک رفاه استفاده شد. ابزار گردآوری داده ها مصاحبه نیمه ساختاریافته و پرسشنامه محقق ساخته است. مقوله های زیربنایی بازاریابی تجربی در صنعت بانکداری با روش تحلیل مضمون شناسایی شد و الگوی نهایی با روش حداقل مربعات جزئی اعتبارسنجی گردید. تحلیل داده های کیفی با نرم افزار مکس کیودا و بخش کمی با اسمارت پی ال اس انجام شد. نتایج نشان داد تجربه حسی، ادراکی و شناختی بر تجربه رفتاری و ارتباطی مشتریان بانکی تاثیر می گذارد. تجربه رفتاری و ارتباطی بر بهبود تجربه مشتریان از سیستم بانکی اثر گذاشته و به وفاداری، اعتماد و رضایت مشتریان منجر می شود. از طریق وفاداری، اعتماد و رضایت مشتریان در نهایت نگهداری مشتریان در بانک رفاه امکان پذیر می شود.

## کلمات کلیدی:

experiential marketing, customer experience management, customer retention and banking industry  
بازاریابی تجربی، مدیریت تجربه مشتریان، نگهداری مشتریان و صنعت بانکداری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1881405>

