

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر شهرت برند حساب های جاری بانک سپه و ارائه راهکار برای ارتقای آن

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی بدون نفت، چگونه؟ (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

عادل محمدی مرکیه - گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

زهرا حیدری - گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

شهرت برند را می توان یکی از مهمترین دغدغه های سازمان های امروزی دانست که مدیران بی وقفه در تلاش هستند با اقدامات کاربردی و عملیاتی باعث ارتقای آن نزد مشتریان شوند. پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تبیین عوامل موثر بر شهرت برند حساب های جاری بانک سپه و ارائه راهکار برای ارتقای آن انجام گرفت. روش پژوهش بر مبنای هدف، کاربردی و بر مبنای روش اجرا، پژوهشی توصیفی پیمایشی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل مشتریان حساب های جاری بانک سپه در شهر تهران است و حجم نمونه نیز با توجه به جامعه نامحدود مشتریان بانک و با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۶ نفر محاسبه شد. همچنین به منظور جمع آوری داده های مورد نیاز، از پرسشنامه استاندارد و برای آزمون فرضیه ها از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که مسئولیت پذیری اقتصادی، رضایت مشتری از خدمات، اعتماد به تخصص و تعهد مستمر عوامل اصلی شهرت برند را تشکیل می دهند و تاثیر مثبت هر چهار عامل یعنی مسئولیت پذیری اقتصادی، رضایت مشتری از خدمات، اعتماد به تخصص و تعهد مستمر بر شهرت برند حساب های جاری بانک سپه مورد تایید قرار گرفت.

کلمات کلیدی:

شهرت برند، مسئولیت پذیری اقتصادی، رضایت مشتری از خدمات، اعتماد به تخصص، تعهد مستمر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1893884>

