

عنوان مقاله:

تاثیر استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری بر رضایت مشتریان با توجه به نقش میانجی قابلیت نوآوری در صنعت بانکداری

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار، دوره 1، شماره 1 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

پگاه مشتاقی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف تاثیر استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری بر رضایت مشتریان با توجه به نقش میانجی قابلیت نوآوری در صنعت بانکداری صورت گرفت. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع تحقیق توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش را ۳۳۰ نفر از مدیران و کارکنان بانک ها دولتی شهر تهران تشکیل داده اند که با استفاده از روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی گزینش شدند. در این تحقیق جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد و پایایی و روایی پرسشنامه نیز مورد بررسی و مورد تایید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون های آماری و مدل اندازه گیری استفاده شد. نرم افزارهای مورد استفاده در آمار توصیفی و استنباطی و نرم افزارهای SPSS و Smart PLS می باشند. نتایج بدست آمده نشان داد استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری با توجه به نقش میانجی قابلیت نوآوری، بر رضایت مشتریان تاثیرگذار است.

کلمات کلیدی:

استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری، نوآوری، رضایت مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1989827>

