

## عنوان مقاله:

تأثیر سامانه اعتبار سنجی در پیشبرد راهبردهای مدیریت ارتباط با مشتری بانکها

## محل انتشار:

اولین همایش ملی راهکارهای ارتقاء مباحث مدیریت، حسابداری و مهندسی صنایع در سازمانها (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

محمد رضا صفرزاده سامانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قشم

نرجس رزمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قشم

## خلاصه مقاله:

سامانه اعتبار سنجی که در ایران با عنوان credit bureau و یا credit reporting agency شناخته می شود، بر پایه تسهیم اطلاعات و مشارکت سازمانهایی که با هر اندازه اطلاعاتی از وضعیت اعتباری اشخاص (حقیقی و یا حقوقی) دارند، شکل می گیرد. اعضای سامانه باید بر اساس استاندارد مشخصی اطلاعات اعتباری افراد و مشتریان را در قالب پایگاه داده ای منسجم ذخیره نمایند تا دیگر اعضا نیز بتوانند با تعریف دسترسی خاصی از این اطلاعات بهره مند شوند. سامانه اعتبار سنجی، اطلاعات جمع آوری شده را در قالب گزارش اعتباری ترکیب و ارائه می کند. با استفاده از گزارشهای اعتباری، امتیازها و رتبه های اعتباری این سامانه، مؤسسات مالی قادر خواهند بود مشتریان خود را توسط منحنی عمر مشتری دسته بندی نموده و اقدامات و تصمیمهای مناسبی در زمان مناسب در مقابل آنها اخذ کنند. به کمک این دستاورد، بانکها و مؤسسات مالی می توانند مشتریان خود را ارزیابی و نظارت نموده و در خصوص مطالبات خود برنامه ریزی و مدیریت مناسب تری داشته باشند.

## کلمات کلیدی:

اعتبار سنجی، سامانه اعتبار سنجی، گزارش های اعتباری، منحنی عمر مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/213420>

