

## عنوان مقاله:

نالوکالیزیشن در صنعت بانکداری

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی توسعه مدیریت پولی و بانکی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

تقی فرج پور - کارشناس مرکز تحقیقات و مطالعات بازار، بانک آینده

سیده سمیه رضوی

## خلاصه مقاله:

صنعت بانکداری، امروزه با تمایلات، خواسته ها و نیازهای گوناگون مشتریان مواجه است. از آنجائیکه در صنعت بانکداری داخلی اکثر خدمات در حوزه بانکداری خرد می باشد، بانکها بایستی با شناسایی عوامل موثر در جلب رضایت مشتریان، وفاداری مشتریان را محقق سازند. اکثر بانکهای داخلی به دلیل برداشت خود از فضای کسب و کار، شعب خود را در مراکز استانهای بزرگ دایر می نمایند و براین اعتقاد هستند که جریان پول و تجمع پول در دست اشخاصی است که در شهرهای بزرگ زندگی می نمایند. نالوکالیزیشن (ملی، محلی شدن) با رویکرد حضور شعب بانکها در جایجای کشور (رویگرد ملی شدن) و ارائه خدمات متناسب با فرهنگ، سنت، شرایط اقتصادی، مذهب، رفتار و ... آن منطقه (محلی شدن)؛ سعی می نماید خدمات دلخواه مشتریان هر منطقه را تحت پوشش قرار دهد. این مناطق می تواند در کلان شهرها بین نقاط مرفه نشین، متوسط و پائین دست و در سایر نقاط کشور به تفکیک استان و یا شهر صورت پذیرد. در این مقاله سعی بر آن است تا با نمونه گیری تصادفی و انجام مصاحبه با اشخاص مختلف در سطح کشور، مطالبات مشتریان را شناسایی نموده و خدمات و محصولات را بر اساس آن طراحی نمائیم.

## کلمات کلیدی:

نالوکالیزیشن - ملی، محلی شدن - انتظارات مشتریان، طراحی محصولات و خدمات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/236836>

