

عنوان مقاله:

بررسی نحوه اجرا و پیاده سازی CRM در بانک انصار

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

بهزاد احمدی

بیژن صفوی

سمیرا برزگر

خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق بررسی نحوه اجرای مدیریت ارتباط با مشتری در صنعت بانکداری ایران (مطالعه موردی بانک بانک انصار) می باشد. گرایش این پژوهش کاربردی، رویکرد آن اکتشافی می باشد. این تحقیق با در نظر داشتن عناصر مشتری مداری و طرح فرضیه هایی بر اساس این عناصر و با جمع آوری اطلاعات کتابخانه ای و اسناد و مدارک و تکمیل و گردآوری پرسشنامه در جامعه آماری با استفاده از نرم افزار آماری لیزرل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از این مطالعه که چهار عامل مزایا، فرآیند، تکنولوژی و همچنین ساختار سازمانی و کانالهای ارتباطی CRM را در بانک بانک انصار مورد بررسی قرار دادیم نشان می دهد که ارتباطات بلند مدت، کاهش هزینه های معاملاتی، اتوماتیک سازی مرکز فراخوان و خدمات میدانی، مدیریت مشارکت و تماس، کشف دانش، طراحی بازار، بانکداری خرده فروشی، و بانکداری موسسه ای می توانند به عنوان عوامل مهم ارتباط با مشتری و در نهایت کسب رضایت مشتری از دیدگاه مشتریان این بانک تلقی و در نهایت به عنوان بسترهای اجرایی CRM بانک انصار اجرا شود

کلمات کلیدی:

مشتری مداری، بانک بانک انصار، لیزرل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/244757>

