

## عنوان مقاله:

تعیین رابطه بین نگرش مشتری و فعالیتهای مدیریت ارتباط با مشتری در رشد و بقا سازمان و وفاداری مشتری (مطالعه شعب بانک قوامین استان مرکزی)

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن ۲۱ (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

ندا رضایی - کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

حبیب الله جوانمرد - دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

## خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری فلسفه ای در کسب و کار است که دورنمای سازمانی را در تعامل با مشتریان ارائه می کند. تمامی فعالیت های فروش، بازاریابی، خدمت دهی و تحلیل داده ها در این دور نمای استراتژیک شکل می گیرد. بانک قوامین فعالیت و خدمات خود را گسترش داده است و نیازمند برنامه ریزی مناسب برای جلب و حفظ مشتریان خود می باشد، شناسایی دیدگاه و نگرش مشتریان از الزامات احساس شده در این بانک بوده و بانکخواهان تدوین برنامه هایی برای جلب مشتریان بیشتر و تبدیل آن ها به مشتریان وفادار می باشد. این مساله نیازمند تعیین رابطه بین نگرش مشتری و فعالیتهای مدیریت ارتباط با مشتری در رشد و بقا سازمان و وفاداری مشتری است که هدف این مقاله است. روش تحقیق توصیفی همبستگی و جامعه آماری کارکنان و مشتریان بانک قوامین در استان مرکزی است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بوده و تعداد 260 پرسشنامه از نمونه ها جمع آوریشده و داده ها با روش آزمون همبستگی اسپیرمن تحلیل شده اند. نتایج نشان داده است که بین نگرش مشتری، فعالیتهای مدیریت ارتباط با مشتری، رشد و بقا سازمان و وفاداری مشتری رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

نگرش مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری، رشد و بقا سازمان، وفاداری مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/311560>

