

عنوان مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری برای متصدیان بانکهای خصوصی و تاثیر آن بر وفاداری مشتریان

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

سهیل رفیعی - مازندران، ساری، بانک دی

خلاصه مقاله:

امروزه بانکهای خصوصی با تاکید بر مشتری مداری در صحنه رقابت بازار حضور موثری داشته و با محوریت ارتباط روانشناختی با مشتریان آزمایشی ارزشمند رقابتی برخوردار شده اند. نظر به اینکه در سالهای اخیر بانک های خصوصی روند رو به رشدی را در زمینه های پیدایش و توسعه کسب کرده اند، در خور است که به بررسی نقش خطیر متصدیان امور بانکی در خلق اعتماد مشتریان گذری و دائمی پرداخته شود، چرا که متصدیان نخستین افرادی هستند که با مشتریان بصورت مستقیم برخورد داشته و در ذهن آنها سمبلی از شخصیت و نحوه خدمت رسانی را تداعی می کنند. طبق آمار بخش عظیمی از مشتریان با برخوردهای نامناسب متصدیان بانکها تصمیم به ترک بانک یا خروج منابع خود به بانک دیگر می گیرند که لطمات زیادی را برای بانک ها در جذب منابع و حسن شهرت و اعتبار وارد می کند. در این مقاله باروش پیمایشی و مطالعه موردی بانک دی به عوامل گوناگون موفقیت بانکهای خصوصی در جذب مشتریان و مقایسه بانکهای خصوصی ودولتی با در نظرگرفتن متغیرمشتری مداری پرداخته میشود.

کلمات کلیدی:

مشتری مداری، رقابت، متصدی بانکی، وفاداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/314670>

