

## عنوان مقاله:

مدیریت انتظارات مشتری در نظام بانکی

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی توسعه و تعالی کسب و کار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

مجید اسماعیل پور - استادیار، دکتری مدیریت بازاریابی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

امراه صیادی - مدیر شعبه شهید بهشتی، بانک صادرات ایران، بوشهر، ایران

## خلاصه مقاله:

در طی دهه های اخیر، شدت یافتن رقابت میان بنگاه های اقتصادی از جمله بانکها در جهت بدست آوردن سهم بیش تری از بازار توجه آن ها را به سمت شناخت دقیق تر و عمیق تر نیازها و خواسته های مشتریان سوق داده است. بدون تردید ایجاد رضایت در مشتریان و حتی به شوق آوردن ایشان از کیفیت خدمات، در وهله اول نیازمند شناخت نیازها و خواسته های ایشان و سپس انتقال این خواسته ها به موقعیتی است که محصولات و خدمات تولید می شود. این امر با توجه به پیچیده شدن روز افزون سیستم های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، خود به خود اتفاق نمی افتد، بلکه به روش ها و رویه هایی نظام مند نیاز دارد که این مفاهیم را به فرایندی سازمانی مبدل کند. از طرفی تغییر خواسته ها، نیازها و انتظارات مشتریان یک واقعیت انکارناپذیر است، بنابراین ابتدا باید مشخص شود که مشتری چه می خواهد و سپس در جستجوی وسیله تحقق آن برآمد. هدف این پژوهش، کشف و دستیابی به درک عمیقی از نقش و اهمیت انتظارات مشتریان در نظام خدمات بانکی، و چگونگی شکل گیری و برآوردن انتظارات مشتریان در نظام خدمات بانکی است. این پژوهش از نظر ماهیت داده ها یک پژوهش کیفی است. ما با در کنار هم نهادن یافته های محققان مختلف و ترکیب آنها به نحوی که مبنایی این پژوهش را تشکیل دهند، پژوهشی عمدتاً توصیفی را انجام دادیم. در این پژوهش بیان می شود که شناسایی و برآوردن انتظارات مشتریان در نظام بانکی چگونه بر سودآوری بانکها موثر است و بانکها چگونه و با چه تدابیری می توانند انتظارات مشتریان را مدیریت کنند.

## کلمات کلیدی:

انتظارات مشتریان، منابع انتظارات مشتریان، شکل گیری انتظارات مشتریان، مدیریت انتظارات مشتریان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/330736>

