

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) با رفتار متقابل مشتریان

## محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسندگان:

جواد مشهدی زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات خوزستان

سیدرسول آقادات - دکتری مدیریت بازرگانی

## خلاصه مقاله:

در این پژوهش سعی شده تا با رویکردی جامع نسبت به پوشش جنبه های مختلف مدیریت ارتباط با مشتری پرداخته شود و چگونگی رابطه ای که اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری می تواند با رفتار مشتریان کلیدی یک بانک داشته باشد مورد بررسی قرار گرفته است . جامعه آماری این پژوهش شامل مشتریان ویژه تمام شعبه های بانک کشاورزی استان کهگیلویه و بویر احمد می باشد که از تعداد 285 پرسشنامه توزیع شده میان آنها 279 پرسشنامه تکمیل و اعاده شده است. همچنین برای بررسی روایی پرسشنامه از تحلیل عاملی و پایایی آن نیز با استفاده از روش آلفای کرانباخ مقدار ضریب 0/914 برای کل پرسشنامه بدست آمده است. داده های گردآوری شده این پژوهش به کمک نرم افزار آماری SPSS و نرم افزار AMOS در فصل چهارم مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. روند مطالب ارائه شده و سازمان دهی فصول به گونه ای است که در پایان با آزمون هر فرضیه و تجزیه و تحلیل داده های پرسشنامه چگونگی رابطه میان متغیرها آشکار شده است. یافته های پژوهش حاکی از آن است که رابطه مثبت و معناداری میان اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری و خرید متقابل مشتریان وجود دارد. میان اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری و متغیرهای رضایت مندی و وفاداری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بین رضایت مندی مشتری با وفاداری مشتری رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد، همچنین میان متغیرهای رضایت مندی و وفاداری مشتریان با خرید متقابل مشتری رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، CRM، ایجاد ارتباط، جنب های ارتباط با مشتری، بانک کشاورزی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/343763>

