

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی بر رضایت مشتری مطالعه موردی بانک کشاورزی اردبیل

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

صمد زیرک مرادلو - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مالی

خلاصه مقاله:

امروزه یکی از ارکان اساسی رقابت در سازمان مشتری مدار، کسب رضایت مشتری است. کیفیت خدمات و رضایت مشتری، به عنوان یک عامل کلیدی در نبرد برای تمایز رقابتی و بازگشت مشتری، بطور گسترده ای مورد توجه قرار گرفته است. مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی به عنوان یک ابزار استراتژیک نقشی اساسی در رضایت مشتریان ایفا می کند. از مزایای بکارگیری سیستم مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی می توان به پاسخگویی سریع به درخواست مشتریان، شناخت عمیق تر مشتری، دریافت باز خورد از مشتری و توسعه خدمات و محصولات جاری اشاره کرد. در پژوهش حاضر به بررسی تأثیر مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی بر رضایت مشتریان پرداخته می شود. جامعه آماری پژوهش مشتریان بانک کشاورزی اردبیل است. داده ها از طریق پرسشنامه گردآوری گردید. پس از جمعآوری داده ها تجزیه تحلیل آنها از طریق تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی و تحلیل مسیر با استفاده از نرم افزار SPSS و LISREL انجام شد. نتایج نشان داد که مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی تأثیر مثبتی بر رضایت مشتری دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی، عملکرد درک شده، رضایت مشتری، مدل معادلات ساختاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/378543>

