

عنوان مقاله:

بخش بندی مشتریان بر اساس الگوی ارزش چرخه عمر (مطالعه موردی بانک مهر اقتصاد)

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

محمد حسن قلیزاده - دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان

محسن اکبری - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان

بهروز رحیمی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه گیلان

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بیان مفهوم ارزش چرخه عمر مشتری و ارائه الگویی جهت استفاده از آن به منظور بخش بندی مشتریان می باشد بدین منظور پس از بررسی مدلهای موجود در این زمینه مدل جامعی انتخاب و به منظور بخش بندی مشتریان در بانک مهر اقتصاد مورد استفاده قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

بخش بندی مشتریان، مدیریت ارتباط با مشتری، ارزش چرخه عمر مشتریان، صنعت بانکداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/421489>

