

## عنوان مقاله:

نقش هوش رقابتی در اعتماد مشتریان بانک ملت

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسنده:

علی ایرانی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمی

## خلاصه مقاله:

یکی از روشهای جذب مشتریان در شرکتها؛ جذب اعتماد آنها است اعتماد عبارتست از باورهای فرد درباره اندازه ای که یک طرف در شیوه ای خیرخواهانه؛ شایسته و درستکارانه یا در یک موقعیت قابل پیش بینی رفتار می کند هوش رقابتی باعث ایجاد مزیت رقابتی در هر شرکت نسبت به سایر رقبا شده و باعث بهبود عملکرد شرکتها و نیز جلب اعتماد و وفاداری مشتریان آنان می گردد این پژوهش با هدف بررسی نقش هوش رقابتی در اعتماد مشتریان بانک ملت طرح و اجرا شده است . براساس طیف لیکرت طراحی شده بود استفاده گردید و از جامعه نامحدود در بین مشتریان شعب بانک ملت اردبیل به تعداد 384 نفر توزیع گردید. یافته های نهایی پژوهش با نرم افزار spss با توجه ب سطح معنی داری خطای آزمون برای سطح اطمینان 0/95 فرضیه پژوهش تایید شد که ابعاد هوش رقابتی قادر به پیش بینی اعتماد مشتریان می باشد.

## کلمات کلیدی:

هوش رقابتی؛ اعتماد مشتریان؛ بانک ملت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/421889>

