

عنوان مقاله:

رابطه مدیریت الکترونیک ارتباط با مشتری و وفاداری مشتریان (مطالعه موردی: بانک ملت)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

مرصیه نوروزی راسفند - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اهواز

صغری قبادی - استادیار دانشگاه آزاد اهواز

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی رابطه مدیریت الکترونیک ارتباط با مشتری و وفاداری مشتریان بانک ملت می باشد. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی هم بستگی می باشد. جامعه آماری عبارت است از مشتریان بانک ملت در اهواز با مدرک تحصیلی دیپلم بالا بوده است. داده ها پس از جمع آوری از طریق پرسش نامه استاندارد به وسیله نرم افزار SPSS مورد تجزیه و قرار گرفت. یافته ها نشان می دهد که بین مدیریت الکترونیک ارتباط با مشتری و وفاداری مشتریان رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین تقویت مدیریت الکترونیکی می تواند منجر به وفاداری مشتریان در سازمان گردد.

کلمات کلیدی:

مدیریت الکترونیکی، ارتباط با مشتری، وفاداری مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/442088>

