

عنوان مقاله:

اهمیت ارتباط موثر با مشتریان در بانکداری الکترونیکی

محل انتشار:

اولین کنفرانس جهانی بانکداری الکترونیکی (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

صدیقه بنیادی

خلاصه مقاله:

در این مقاله سعی می شود تا به مدد آمیخته های بازاریابی (1) از دیدگاه مشتریان یعنی ، ارزشهای مشتری پسند (2)، هزینه ای را که باید مشتری متحمل شود (3) ، چگونگی آسودگی در خرید (4) ، به تعریف صحیحی از نحوه ارتباطات (5) ، با خواسته مشتری دست یابیم تا با توجه به تحولات پول ، در دوره سیستمهای پرداخت الکترونیکی جهان که همواره متأثر از خواسته های دریافت کنندگان خدمات بوده است ، وظایف پول در بانکداری امروز و اینکه بانکداری الکترونیکی در این برهه از زمان چگونه می تواند با برقراری ارتباطی موثر با مشتریان نوع خدمات مورد نیاز ایشان را با تخصیص مناسب منابع تعیین وارائه نماید ، مورد بررسی قراردهیم .بنابراین ابتداء لازم است روشهای شناسایی خواسته های مشتریان را با در نظر گرفتن فرهنگ حاکم بر جامعه ، امکان آموزش برای بهر برداری بهینه از خدمات ، مورد بررسی قرار گرفته و سپس از آنچه که بانکداری الکترونیکی با ساختارهای موجود خود از جمله شبکه ، ماهواره و ابزارهای پرداخت و... می تواند ارائه نماید مطلع شد ، تا سرانجام با مدیریت خواست های مشتریان از طریق برقراری ارتباطی موثر ، تمامی مراحل فرایند یک خدمت از ابتدا تا پس از استفاده مشتری را سازماندهی و کنترل نمود. پیشرفتهای الکترونیکی برای بانکها حکم هم تهدید و هم فرصت را دارند، تهدید به لحاظ اینکه اگر با شتاب لازم حرکت نکنند لاجرم محکوم به شکست خواهند بود و فرصت ، برای آنانکه در این عرصه با هماهنگی متناسب گام بر می دارند تا بر گستره نفوذ خود در بین مشتریان بیفزایند با در نظر گرفتن این مهم که مشتری همان بشری است که برای رفع احتیاجات خود بانکها را به وجود آورده است .بنابراین بقاء بانکها در گرو تامین نیازهای مشتریان خواهد بود .

کلمات کلیدی:

مشتری - نیازهای مشتری - خواسته های مشتری - انواع مشتری - وفاداری مشتری - خدمات بانکی - کیفیت خدمات - شکاف های کیفیت - آمیخته های بازاریابی - ارتباطات - مدیریت ارتباط مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/49291>

