

عنوان مقاله:

بررسی راهکارهای تقویت و بهبود عوامل بر جذب مشتری توسط یک بانک (مورد مطالعه: مشتریان بانک سامان استان قم)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

طاهره مهربان راد - گروه مدیریت بازرگانی، واحد نراق دانشگاه آزاد اسلامی نراق ایران

دکتر علی اخوان قنادی - عضو هیات علمی گروه مدیریت بازرگانی واحد نراق دانشگاه آزاد اسلامی نراق ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی راهکارهای تقویت و بهبود عوامل بر جذب مشتری توسط یک بانک (مورد مطالعه: مشتریان بانک سامان استان قم) بود. روش تحقیق روش توصیفی-همبستگی و نوع پژوهش با توجه به هدف تحقیق کاربردی بود. جامعه آماری تحقیق حاضر خبرگان و متخصصان امور بانکی می باشند که با توجه به محدوده مکانی تحقیق یعنی شعب بانک سامان استان قم، تعداد این خبرگان 15 نفر می باشد. به منظور جمع آوری داده، از نظرات همگی این افراد استفاده خواهد شد. داده های مورد استفاده در این پژوهش با استفاده از پرسشنامه و با مراجعه به خبرگان و نظر سنجی از کارشناسان در زمینه بانکداری گردآوری شد. به منظور جمع آوری داده های این پژوهش ابتدا شاخص های موثر بر ترجیح مشتری از کارشناسان در این زمینه شناسایی و براساس ضریب اهمیت رتبه بندی شد سپس نظر کارشناسان در مورد هر یک از شاخص های ترجیح مشتری نسبت به شاخص های معرفی شده جویا شد. در تجزیه و تحلیل داده ها نیز از نرم افزار TOPSIS استفاده شده که یکی از نرم افزار های موجود در بازار برای این روش است. به منظور تعیین روایی از روش صوری و محتوایی پرسشنامه ها استفاده شد چند مرتبه متوالی در اختیار اساتید مدیریت منابع انسانی قرار گرفت که در هر مرحله اصلاحات پیشنهادی لازم در پرسشنامه اعمال گردید. پایایی پرسشنامه ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ 87% و 91% تعیین گردید که نشان دهنده ی پایایی مناسب ابزار اندازه گیری بود. براساس یافته های مراجعین شاخص های پژوهش رابه صورت 1- ساعت کار مناسب این بانک با مقدار فاصله ی نسبی 0/007662، 2- بیان صحبت و برخورد با مشتریان با مقدار فاصله نسبی 0/007607-3- راهنمایی های لازم توسط کارکنان به مشتریان با مقدار فاصله نسبی 0/007427 و 4- احترام و تکریم مشتریان با مقدار فاصله نسبی 0/007149-7 امکانات فراهم شده در درب ورودی و داخل برای راحتی مشتری با مقدار فاصله نسبی 0/006972-8 نام نشان و شهرت بانک با مقدار فاصله نسبی 0/006943-9 شکل ظاهری و نمای بیرونی آیین شعبه بانک با مقدار فاصله نسبی 0/006841-10 توصیه خانواده همکاران و آشنایان با مقدار فاصله نسبی 0/06466 است.

کلمات کلیدی:

بهبود عوامل، جذب مشتری، نام تجاری، بانک سامان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/507710>

