

عنوان مقاله:

بررسی و ارائه راهکارهای نوین در ترویج فرهنگ قرض الحسنه

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

حسام الدین باشی زاده - مدیریت شعب بانک قرض الحسنه رسالت، استان خوزستان

امین عشیر - کارمند بانک قرض الحسنه رسالت، استان خوزستان

خلاصه مقاله:

صنعت بانکداری از ارکان اصلی هر اقتصادی به حساب می آید و مشتریان نقش کلیدی در آن دارند. باتوجه به رقابت تنگاتنگ بین بانکها در جذب منابع و ارائه خدمت به مردم، لزوم ترویج فرهنگ قرض الحسنه و تبلیغات مؤثر در سطح وسیع و به طور شفاف به نحوی که برای آحاد جامعه قابل درک باشد بسیار حائز اهمیت است. نقش انکار ناپذیر فناوریهای نوین در تبلیغات بانکداری، ما را بر آن داشت که به معرفی ابزارهای موجود در این حوزه کاری که همان امور بازاریابی و جذب مشتری با تبلیغات نوین است بپردازیم. مدیریت موثر تبلیغات و بازاریابی زمانی در بانکها اعمال میشود که با توجه به رسالت و اهداف بانک و پیشبینی تأثیرات محیطی و تجزیه و تحلیل فرصتها و تهدیدها و داشتن برنامه ریزی مناسب بتوان ضمن جذب مشتریهای جدید، مشتریهای موجود را حفظ نمود. داشتن خدمات متمایز و منطبق با نیازهای مشتری شرط لازم است، ولی لزوماً شرط کافی برای کسب و تداوم وفاداری مشتری نیست. شرط کافی، داشتن روابط ماندگار با مشتری است. یکی از مهمترین روشهای ارتباطی در بازاریابی خدمات بانکی به شمار می آید، تبلیغات رود. از این رو در حوزه بانکداری قرض الحسنه نیز این شیوه ارتباط با مشتریان مورد توجه ویژه قرار دارد. اما نکته قابل تأمل در تبلیغات بانکداری قرض الحسنه تفکیک اهداف، محتوا، رسانه های انتخابی، بودجه و اثر بخشی هر بخش به صورت مجزا است. در این مقاله هدف ما ارائه راهکارهایی نوین برای ترویج سنت قرض الحسنه با رویکرد جذب منابع در این حوزه میباشد.

کلمات کلیدی:

فرهنگ قرض الحسنه، فناوری، مشتری مداری، تبلیغات، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/554606>

