

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر مدیریت ارتباط با مشتریان بر عملکرد بانک های خصوصی (مطالعه ی موردی: بانک های ملت شهرکرمانشاه)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

مسعود صیدی - استادیار دانشگاه ایلام، دانشکده ی فنی و مهندسی

یاسر الفتی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنج

مهدی مظفری - کارشناسی مهندسی صنایع، عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان ایلام

خلاصه مقاله:

با گذر از اقتصاد سنتی، مشتری به صورت محور تمام فعالیت های سازمان در آمده است. پژوهش حاضر که با هدف بررسی تأثیر مدیریت ارتباط با مشتریان بر عملکرد بانک های خصوصی (مطالعه موردی: بانک های ملت شهرکرمانشاه) انجام شده، از نظر نوع هدف، کاربردی، از نظر دامنه، خرد و از نظر زمانی، یک بررسی مقطعی است. روش تحقیق در این پژوهش، روش میدانی با استفاده از تکنیک پیمایش و ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه می باشد. جامعه ی آماری، تمامی کارکنان بانک های ملت شهرکرمانشاه می باشند که تعداد 105 نفر از آن ها، به عنوان نمونه و به صورت تصادفی انتخاب شدند. این پژوهش، به دنبال بررسی ارتباط بین مدیریت ارتباط با مشتری با چهار شاخص؛ تعامل با مشتری، برنامه ریزی بازار، تجزیه و تحلیل پلایش، تحلیل مبتنی بر فناوری به عنوان متغیرهای مستقل و عملکرد سازمانی به عنوان متغیر وابسته می باشد. نتایج نشان داد که بین مدیریت ارتباط با مشتری و هم چنین شاخص های آن با عملکرد سازمانی ارتباط مثبت، مستقیم و معنا دار وجود دارد. همچنین نشان داده شده است که 66 درصد تغییرات عملکرد شعب بانک ملت به وسیله ی تغییرات مدیریت ارتباط با مشتری قابل تفسیر است.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، عملکرد سازمان، شاخص، بانک، کرمانشاه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/567841>

