

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر رضایتمندی مشتریان بانکداری الکترونیک با رویکرد تحلیل پیوسته مدل کانو مطالعه موردی: بانک ملت شهرستان ساری

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت تغییر و تحول (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مسعود احمدی - استادیار، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد واحد ساری

الهام ولی زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک علوم و تحقیقات واحد ساری

حسن داداش زاده - دانش آموخته کارشناسی ارشد ریاضیات کاربردی دانشگاه مازندران

خلاصه مقاله:

یکی از مهمترین ابزارهای گسترش تجارت الکترونیک، بانکداری الکترونیک است و با توجه به رشد روزافزون تعداد کاربران خدمات بانکداری الکترونیک، برای بازاریابان بانک ها الزامی است تا درک بهتری از کاربران و مشتریان بانکداری الکترونیک داشته باشند. پژوهش حاضر تلاشی در جهت شناسایی و اولویت بندی عوامل کلیدی موثر بر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک است تا امکان ارایه خدمات متمایز و کسب مزیت رقابتی در این زمینه را برابیانک ها فراهم گردد. جامعه آماری این پژوهش بر اساس روش نمونه گیری تصادفی ساده از بین مشتریان بانکداری الکترونیک بانک ملت شهرستان ساری انتخاب شده است. روش گرد آوری داده ها از نوع میدانی کتابخانه ای و -مصاحبه اکتشافی است و ابزار گردآوری داده ها برای سنجش رضایتمندی مشتریان بانکداری الکترونیک، پرسشنامه محقق ساخته با استفاده از تحلیل گسسته و پیوسته مدل کانو بوده است. یافته های حاصل از پژوهش حاکی از آن است که ویژگی اساسی محصول، به عنوان ویژگی برتر، ارزش افزوده بالایی را به وجود آورده و به شدت اولویتهای مشتری را درمقایسه با محصولات موجود و رقبا تحت تاثیر قرار می دهد

کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیک، رضایتمندی، مدل کانو، تحلیل گسسته و پیوسته

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/597777>

