

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری، بازاریابی رابطه ای با رویکرد کارت امتیازی متوازن

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسنده:

مهری ابراهیمی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد: یزد

## خلاصه مقاله:

در تحقیق حاضر سعی شده است که تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری، بازاریابی رابطه ای با رویکرد کارت امتیازی متوازن بررسی شود تا با جمع آوری اطلاعات واقعی مدیران بانکها، سرمایه گذاران و وام دهندگان بتوانند از نتایج آن استفاده کنند. روش تحقیق حاضر، از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش اجرا همبستگی می باشد که داده های مورد نیاز با به کارگیری ابزار پرسشنامه و روش پیمایشی جمع آوری شده اند، جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارمندان شعب بانک مسکن شهرستان کرمان در سال 1391 می باشد؛ که از این جامعه 121 کارمند به شیوه تصادفی و بر اساس فرمول کوکران انتخاب شدند و پرسشنامه های مربوط به متغیرهای تحقیق در بین این نمونه توزیع گردید. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS, LISREL انجام شد. و نتایج پژوهش نشان میدهد که مدیریت ارتباط با مشتری بر بازاریابی رابطه ای و کار تاثیر مستقیم و مثبت و معناداری دارد

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، بازاریابی رابطه ای، کارت امتیازی متوازن

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/622257>

