

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتریان بر سودآوری شعب بانک ملت

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی نوآوری و تحقیق در علوم تربیتی، مدیریت و روانشناسی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

علی آگاهی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

حمید کریمیان - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

خلاصه مقاله:

هدف اصلی در این تحقیق، بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتریان بر سودآوری شعب بانک ملت در شمال تهران می باشد. تحقیق انجام شده از لحاظ هدف یک تحقیق کاربردی محسوب می شود. روش انجام این تحقیق از نوع توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مشتریان شعب شمال شهر بانک ملت می باشد که تعداد آن ها بیش صد هزار نفر می باشد. قلمرو زمانی این پژوهش پاییز و زمستان سال 95 می باشد. حجم نمونه با توجه به حجم جامعه آماری و با توجه به جدول کرجسی و مورگان، 384 نفر می باشد. روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق از نوع میدانی و با استفاده از پرسشنامه بوده، جهت گردآوری داده های ثانویه از مطالعات کتابخانه ای استفاده شده است. برای انجام تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که جز عامل فرایندهای سازمانی مرتبط سایر عوامل مدیریت ارتباط با مشتری (کارمندان حوزه CRM، مدیریت کلان بانکی و مشتریان و فاکتورهای وابسته به آن بر وفاداری مشتریان تاثیرگذار بوده و این مشتریان وفادار بر سودآوری بانک ملت تاثیرگذار می باشند.

کلمات کلیدی:

فرایندهای سازمانی مرتبط، مدیریت ارتباط با مشتری، وفاداری مشتری، مدیریت کلان بانکی، مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/628129>

