

عنوان مقاله:

تاثیر سامانه اطلاع رسانی متمرکز در افزایش ارتباطات مشتریان و کارمندان (مورد مطالعاتی: موسسه اعتباری ثامن)

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

آصف پورمعصومی - دانشجوی دکتری مهندسی نرم افزار، شرکت ثامن ارتباط عصر، مجری طرح جامع فناوری اطلاعات موسسه اعتباری ثامن،

سیدمحسن حسینی - کارشناس ارشد مهندسی نرم افزار، شرکت ثامن ارتباط عصر، مجری طرح جامع فناوری اطلاعات موسسه اعتباری ثامن،

محسن رفیع - کارشناس روابط عمومی، موسسه اعتباری ثامن

خلاصه مقاله:

با افزایش رقابت روزافزون بین بانک ها و موسسات مالی در جذب سرمایه، بانک ها تلاش بیشتری می کنند تا ارتباطات خود با مشتریان را تقویت کرده و مشتریان جدیدی جذب نمایند. این قضیه به ویژه در سطح شعب که نقطه اصلی تماس بانک ها با مشتریان است، حایز اهمیت است. به صورت سنتی، بانک ها خدمات خود را در قالب رسانه های چاپ شده نظیر کاتالوگ و بروشور به مشتریان ارائه می کنند. استفاده از سیستم های نوین دیجیتال اطلاع رسانی متمرکز، باعث می شود که این اطلاع رسانی پویاتر، بهینه تر و در لحظه باشد. مشتریان هم علاقه بیشتری به مشاهده محتوای به روز، به ویژه در زمانی که درصفا انتظار هستند، دارند. معمولا مشتریان در صفا انتظار خسته و کسل می شوند و به دلیل آنکه چیزی برای منحرف کردن ذهنشان وجود ندارد، پیش از آنکه تراکنشی در بانک برای آنها ثبت شود، نارضایتی در درون آنها شکل می گیرد. در این مقاله، به بررسی اثرات راه اندازی سامانه اطلاع رسانی متمرکز سفیر در شعب موسسه اعتباری ثامن پرداخته شده است. در این پژوهش، میزان افزایش ارتباطات و تعاملات بین مشتریان و کارمندان پس از راه اندازی این سامانه بررسی شده است. همچنین، ارزیابی دقیقی از میزان افزایش توجه مشتریان به محتواهای ارائه شده در نمایشگرهای شعب و همچنین تاثیر این تبلیغات بر آشنایی مشتریان با خدمات جدید بانکی و در کل افزایش رضایتمندی مشتریان ارائه شده است. لازم به ذکر است که این سامانه قابل استفاده در سایر موسسات و شرکت ها نیز می باشد.

کلمات کلیدی:

سیستم های اطلاع رسانی متمرکز، تبلیغات متمرکز، ارتباطات مشتری و بانک، محتوای هوشمند، بانکداری الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/632054>

