

عنوان مقاله:

چارچوب تلفیقی جهت تدوین و پیاده سازی استراتژی در حوزه مشتری مداری در بانک قوامین

محل انتشار:

سیزدهمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

محمود اقتصادی فرد - استادیار مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی شیراز، ایران

زینب دیانت - دانشجوی کارشناسی ارشد، مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

برای موفقیت سازمانی نیاز به تعیین دقیق چارچوب مشخص برای چشم انداز و اهداف بلند مدت و کوتاه مدت سازمانی، تعیین استراتژی هایدروست، مشخص کردن اولویت ها و اجرای قدم به قدم استراتژیها می باشد. موفقیت عمده سازمان های سرمایه گذاری و خدماتی را می توان در حوزه مشتری مداری و خدمات رسانی به مشتری جستجو کرد؛ به همین دلیل شناسایی نیازهای مشتری در بازار رقابتی امروز از اهمیت ویژه ای برخوردار است. هدف از این مقاله تعیین مولفه های موثر بر کیفیت خدمات بانکی، ارزیابی اهمیت مولفه های موثر بر خدمات از دیدگاه مشتری در قالب تعیین سیاست ها و استراتژی سازمانی می باشد. این مقاله چارچوبی مبتنی بر BSC, EFQM, QFD را برای حل مساله فوق ارایه می دهد و در نهایت در مطالعه موردی با روش VIKOR به بررسی سه شعبه از بانک قوامین تهران در ارزیابی سیاست ها و استراتژیهای خدمات رسانی در حوزه مشتریمداری می پردازد.

کلمات کلیدی:

کارت امتیازی متوازن، مدل تعالی کیفیت اروپایی، خانه کیفیت، مشتری مداری، ویکور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/648609>

