

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین تاکتیک های بازاریابی رابطه ای باکیفیت خدمات بانک ها و موسسات مالی استان گلستان

محل انتشار:

همایش ملی علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

محمد رهبری - دانشجوی دکتری کار آفرینی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علی آباد

یحیی احمدپور - دانشجوی دکتری کار آفرینی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علی آباد

خلاصه مقاله:

در این مقاله سعی بر واکاوی بازاریابی رابطه ای و رابطه یا تاثیر آن در کیفیت خدمات بانک ها و موسسات مالی استان گلستان شده است و همچنین رابطه بین تاکتیک ارتباطات باکیفیت خدمات بانک ها و موسسات مالی استان گلستان و رابطه بین تاکتیک پاداش باکیفیت خدمات بانک ها و موسسات مالی استان گلستان بررسی شده است. اهمیت بازاریابی رابطه ای بر شخصی سازی و تاثیر آن بر کیفیت خدماتبانک ها و به تبع آن در نوع جذب مشتری و تسهیلات رسانی به مشتری بخشی از کار انجام شده در اینمقاله هست که با توجه به مطالعات و تحقیق و همچنین نتایج به دست آمده در این تحقیق می توان بهاین نتیجه رسید که امروزه بازاریابی رابطه ای و اقدام به تلاش بر روی آن ازجمله ضروریاتی هست که تنها بانک ها و موسسات مالی بلکه همه ارگان ها و شرکت هایی که به نوعی درآمد آنها از طرف مردم هست، مبادرت به کارگیری آن هست. و درنتیجه به این امر می رسیم که با گذر از اقتصاد سنتی و شدتیافتن رقابت در ابعاد نوین، مشتری به صورت رکن اصلی و محور تمام فعالیت های سازمان ها و موسساتاقتصادی درآمده است و بازاریابی رابطه ای نیز که بخشی از فرایند مشتری مداری است، از این امر مستثنا نیست.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی رابطه مند، بانک موسسات مالی، استان گلستان، رقابت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/653463>

