

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین بازاریابی داخلی و وفاداری مشتریان بانک مهر اقتصاد

محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت، اقتصاد و بازاریابی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

مختار خدری - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی

خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق بررسی رابطه بین بازاریابی داخلی و وفاداری مشتریان بانک مهر اقتصاد می باشد. امروزه صنایع خدماتی نقش اساسی و مهمی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها ایفا می نمایند و در این میان نقش اهمیت جایگاه صنعت بانکداری به عنوان یک صنعت حمایت کننده بر هیچ کس پوشیده نیست. از سوی دیگر افزایش رقابتها در بازار صنعت بانکداری، اکثر مدیران این صنعت را به فکر چاره اندیشی برای حضور ماندگار در عرصه کسب و کار انداخته است. بنابراین آنها ناگزیرند راههایی که کسب رضایت و وفاداری مشتریان رادر پی دارد بیابند و آنها را عملی کنند. بنابراین در این راستا، سازمانها نیازمند توسعه توانمندیهای سازمانی در جهت ارائه محصولات و خدمات با کیفیت بالا هستند. بسیاری از صنایع تولیدی و خدماتی موفق در جهان، به ارائه خدمات کارآمد و منطبق با نیاز مشتری، به عنوان یک منبع مزیت رقابتی می نگرند. ضرورت مبادله موثر بین مشتریان و عرضه کنندگان داخلی، به طور وسیعی در نوشته های مدیریت مورد بحث قرار گرفته است و صاحب نظران اتفاق نظر دارند که خدمات بهتر به مشتریان داخلی، به ارائه خدمات بهتر به مشتریان خارجی منتهی میشود

کلمات کلیدی:

بازاریابی داخلی، وفاداری مشتریان، بانک مهر اقتصاد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/680422>

