

## عنوان مقاله:

بررسی نقش مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در ارتقاء عملکرد بانک ملت شعب تبریز

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان با تاکید بر اقتصاد مقاومتی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

## نویسندگان:

سید محمد آل احمد - بانک ملت

اسماعیل باقرزاده زاوشتی - بانک ملت

## خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی نقش مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در ارتقاء عملکرد بانک ملت شعب تبریز می باشد. روش پژوهش از نوع پیمایشی توصیفی و از نوع تحقیقات کاربردی است. جامعه ی آماری پژوهش شامل کلیه ی کارکنان بانک ملت شعب تبریز است که برابر با 600 نفر می باشد. حجم نمونه تحقیق با استفاده از جدول کرجسی و مورگان برابر با 234 نفر برآورد گردید که در مجموع 225 پرسشنامه کامل جمع آوری شد. ابزار جمع آوری داده ها، شامل پرسشنامه ی نقش مدیریت ارتباط با مشتری در عملکرد سازمانی می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون t تک نمونه ای و آزمون فریدمن استفاده بهره گیری بعمل آمده است. نتایج آزمون فرضیه های پژوهش نشان داد که مدیریت ارتباط با مشتری و ابعاد آن شامل تمرکز بر مشتریان اصلی، مدیریت دانش، فنآوری مدرن و سازماندهی فرآیندهای کسب و کار در ارتقاء عملکرد شعب بانک ملت تبریز نقش دارند و تمرکز بر مشتریان اصلی در اولویت اول می باشد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری و ابعاد آن، عملکرد سازمانی، آزمون t تک نمونه و فریدمن

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/694237>

