

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر اطلاع رسانی روابط عمومی بانک بر جذب مشتری

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های جدید در مدیریت و حسابداری، دوره 4، شماره 1 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

راضیه فتاحی اردکانی - گروه حسابداری، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران

فاطمه فتاحی اردکانی - گروه برق، دانشگاه امیرکبیر، تهران

حسن رضاییان - گروه حسابداری، واحد اردکان، دانشگاه پیام نور، یزد

خلاصه مقاله:

در سالیان اخیر، رقابت بین بانکهای مختلف برای جذب مشتری افزایش قابل توجهی داشته است و استفاده از شیوه های مختلف برای جذب مشتری، نقش تعیین کننده ای در جذب سپرده های مشتریان داشته است. روابط عمومی بانک در این عرصه نقش چشمگیری و قابل توجهی دارد. از این رو هدف از این مقاله، بررسی نقش اطلاع رسانی روابط عمومی بانک بر جذب مشتری می باشد. روابط عمومی علمی است که آغشته به هنر و در عصر ارتباطات و اطلاعات به عنوان یک ضرورت انکار ناپذیر تلقی میشود هر چند که علی رغم بیش از دو دهه فعالیتهای چشمگیر علمی و تصویب مقرراتی که ناظر بر ایجاد و تقویت روابط عمومی بوده است هنوز هنر هشتم به عنوان یک کار لوکس و تشریفاتی در بسیاری از سازمانها ایفای نقش میکند؛ اما گامهای مهمی برای حرکت در یک مسیر رو به کمال بر توسعه نهاد روابط عمومی برداشته شده است که به نظر میرسد اگر خلأهای قانونی موجود نیز برطرف شود و درک صحیحی از روابط عمومی همراه با تصویب شرح وظایف و ساختار جدید سازمانی ایجاد شود میتواند دوره طلایی روابط عمومی را در کشور رقم زند و نوید بخش تحولی اساسی در این حرفه باشد.

کلمات کلیدی:

اطلاع رسانی، روابط عمومی بانک، جذب مشتری، تبلیغات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/721949>

