

عنوان مقاله:

بررسی میزان رضایت مشتریان از کیفیت خدمات بانک اقتصاد نوین با استفاده از مدل کانو

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات بانکی (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

مصطفی کاظمی - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد

شیمای مهاجر - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق شناسایی عوامل موثر بر رضایت مشتریان بانک اقتصاد نوین از کیفیت خدمات ارائه شده توسط این بانک و همچنین اولویت بندی عوامل بدست آمده در سه گروه الزامات اساسی، عملکردی و انگیزشی مدل کانو می باشد. تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی و از شاخه میدانی است. اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه جمع آوری گردیده است. در ابتدا پس از توزیع پرسشنامه در مرحله پیش آزمون، اعتبار (پایایی) آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. سپس با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای با تخصیص برابر، نمونه آماری به تعداد 140 نفر از مشتریان بانک اقتصاد نوین انتخاب شد که نتایج پژوهش حاکی از طبقه بندی عوامل 24 گانه تحقیق در سه گروه الزامات اساسی، عملکردی و انگیزشی می باشد که به هر گروه به ترتیب 5، 9 و 7 عامل تعلق گرفت و 3 عامل باقی مانده در گروه مشخصه های بی تفاوت جای گرفت. نتایج همچنین بیانگر این است که بانک اقتصاد نوین برای ماندن در عرصه رقابت بایستی در کوتاه مدت به اولوتی عوامل در گروه الزامات اساسی توجه کند و در بلند مدت به اولویت عوامل در گروه الزامات عملکردی و انگیزشی توجه نماید.

کلمات کلیدی:

مدیریت نظام مند، رضایت و شکایات مشتریان، مدیریت برند، مدیریت طرح های بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/74271>

