

عنوان مقاله:

نقش خدمات نوین بانکی در جذب مشتریان جدید مطالعه موردی: دستگاه های پایانه فروش (POS)

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 33

نویسندگان:

سعید سعیدا اردکانی - عضو هیئت علمی دانشگاه یزد

محمد باقرزاده - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد

خلاصه مقاله:

شناسایی محرکها و موانع موثر بر جذب مشتریان از طریق دستگاههای پایانه فروش کمک شایانی به مسئولین شبکه بانکی جهت برنامه ریزی برای فراهم کردن شرایط پذیرش این خدمات از سوی مشتریان کرده و همچنین منجر به توسعه این سیستم خواهد شد. در این تحقیق 42 مولفه (21 محرک و 21 مانع) اثرگذار بر جذب مشتریان از طریق دستگاههای پایانه فروش، با استفاده از ادبیات و پیشینه تحقیق و نظرات کارشناسان بانک کشاورزی استان یزد، استخراج گردید. جامعه آماری تحقیق شامل دارندگان کارتهای الکترونیکی بانکهای عضو شبکه شتاب می باشد که قادر به خرید کالاها و خدمات مورد نیاز خود از طریق دستگاههای پایانه فروش بانک کشاورزی استان یزد هستند با استفاده از تکنیک TOPSIS فازی مشخص شد که در بخش محرکها عواملی همچون «دسترسی به دستگاه POS در اغلب مراکز خرید» ارائه خدمات 24 ساعته»، «ایمنی بیشتر نسبت به سایر روشهای پرداخت» و «عدم دریافت کارمزد از مشتریان» از اهمیت بیشتری در جذب مشتریان در استفاده از دستگاه پایانه فروش برخوردارند همچنین در بخش موانع عوامل موثرتر به این ترتیب هستند: کند بودن سرعت سیستم به خصوص در ایام تعطیل و عید، مسدود بودن دستگاههای POS در مواقع مختلف از جمله ایام تعطیلات، عدم امکان بهره گیری از خدمات بیمه الکترونیک (بیمه نمودن کارت، دستگاه POS، تراکنشهای ناموفق و ...) و کمبود تبلیغات در زمینه دستگاه POS در پایان نیز راهکارها و پیشنهادهایی برای مسئولین شبکه بانکی و نیز برای تحقیقات آتی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

دستگاه پایانه فروش (POS)، محرکها، موانع، مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/74281>

