

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین تاکتیکهای بازاریابی رابطه ای باکیفیت خدمات بانکها و موسسات مالی استان گلستان

محل انتشار:

دومین همایش ملی علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

محمد رهبری

یحیی احمدپور

خلاصه مقاله:

در این مقاله سعی بر واکاوی بازاریابی رابطه ای و رابطه ای تاثیر آن در کیفیت خدمات بانکها و موسسات مالی استان گلستان شده است و همچنین رابطه بین تاکتیک ارتباطات باکیفیت خدمات بانکها و موسسات مالی استان گلستان و رابطه بین تاکتیک پاداش باکیفیت خدمات بانکها و موسسات مالی استان گلستان بررسی شده است. اهمیت بازاریابی رابطه ای بر شخصی سازی و تاثیر آن بر کیفیت خدمات بانکها و به تبع آن در نوع جذب مشتری و تسهیلات رسانی به مشتری بخشی از کار انجام شده در این مقاله هست که با توجه به مطالعات و تحقیق و همچنین نتایج به دست آمده در این تحقیق میتوان به این نتیجه رسید که امروزه بازاریابی رابطه ای و اقدام به تلاش بر روی آن ازجمله ضروریاتی هست که نه تنها بانکها و موسسات مالی بلکه همه ارگانها و شرکتهایی که به نوعی درآمد آنها از طرف مردم هست، مبادرت به کارگیری آن هست. و در نتیجه به این امر میرسیم که با گذر از اقتصاد سنتی و شدت یافتن رقابت در ابعاد نوین، مشتری به صورت رکن اصلی و محور تمام فعالیت های سازمان ها و موسسات اقتصادی درآمده است و بازاریابی رابطه ای نیز که بخشی از فرایند مشتری مداری است، از این امر مستثنا نیست.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی رابطه مند، بانک موسسات مالی، استان گلستان، رقابت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/758162>

