

## عنوان مقاله:

بررسی شیوه های توسعه کانال های چندگانه ویژه مشتریان بانکداری شرکتی

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی تحقیق و توسعه در مدیریت و اقتصاد مقاومتی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

علی شیرطاهری - گروه مدیریت دولتی، واحد لارستان، دانشگاه آزاد اسلامی، لارستان، ایران

محمداسماعیل اسدی لاری - گروه مدیریت دولتی، واحد لارستان، دانشگاه آزاد اسلامی، لارستان، ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه شرکت های زیادی در سراسر جهان از کانال های توزیع چندگانه، مانند نیروی فروش خود، پست مستقیم/کاتالوگ، اینترنت و شبکه های پخش تلفنی و مانند آن، برای ارایه کالا و خدمات به مشتریان خود بهره میجویند. برای تعامل بهتر بامشتریان، بانک ها نیاز به افزایش گستره حضورشان دارند. تبدیل شدن به بخشی از اکوسیستمی که مشتریان در آن قرار دارند؛ فرصت های جدیدی برای افزایش تعامل با مشتریان پیش روی بانک ها قرار می دهد که اصطلاحاً بدان بانکداری شرکتی میباشند. نتایج این تحقیق نشان میدهند که میتوان بررسی روش های توسعه کانال های چندگانه در مشتریان با تاکید بر بانکداری شرکتی میباشند. نتایج این تحقیق نشان میدهند که میتوان با استفاده از الگوی تعریف شده در پژوهش که حاصل بررسی و واکاوی دقیق تحقیقات انجام شده در حوزه کانال های چندگانه بوده، کسب وکار، مشارکت همه جایی و همه زمانبیا تصمیمات مشتریان، تغییر راه تولید محصولات و ارایه خدمات، استفاده از فناوری برای کسب آگاهی بیشتر نسبت به رفتارهای مشتری، ارایه تجارب نوآورانه و اعطای پاداش وفاداری به مشتریان.

## کلمات کلیدی:

کانال های چندگانه، بانکداری شرکتی، تعامل با مشتریان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/787698>

