

عنوان مقاله:

نقش راهبرد بازاریابی رابطه مند در ارتقای وفاداری مشتریان در شرایط رقابتی (مطالعه موردی: بانک حکمت ایرانیان)

محل انتشار:

بیستمین همایش صنایع دریایی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سهراب صادق - عضو هیئت علمی گروه مدیریت-دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر

موسی ردایی - دانشجوی دکتری مدیریت -دانشگاه فرماندهی و ستاد

مجتبی رضایی نسب - کارشناس ارشد مدیریت صنعتی، معاونت نیروی انسانی نداجا

محمد یزدان شناس - دکتری مدیریت دولتی -مدرس دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره)

خلاصه مقاله:

امروزه برای حفظ مشتریان کلیدی (سود آور) موجود، مهارت در ایجاد ارتباط صحیح با مشتری ضروری است. بر این اساس با توجه به شدت رقابت و گسترش بازارها موسسات به دنبال استراتژی برتری برای حفظ مشتریان خود و ایجاد روابط بلند مدت با آن ها هستند. طبق نظر محققان، بازاریابی رابطه مند می تواند گزینه موثری برای تحقق این امر باشد. شدت رقابت در بازار ها و درک اهمیت حفظ مشتریان برای سازمان ها موجب شده آنها بتدریج به سمت ایجاد و حفظ روابط بلند مدت با مشتریان گام بردارند و طبق نظر محققان، بازاریابی رابطه مند مناسب ترین گزینه برای تحقق این امر می باشد. ارتش جمهوری اسلامی ایران از حیث جمعیت یکی از سازمان های بزرگ کشور بوده و تعداد زیادی از مردم به طور مستقیم و یا غیر مستقیم با این سازمان در ارتباط هستند. در سال 1389 بانک حکمت ایرانیان به عنوان بانک عامل ارتش تاسیس شده است. وفاداری کارکنان ارتش به عنوان اصلی ترین مشتریان این بانک می تواند موجبات دست یابی به چشم انداز بانک حکمت ایرانیان را فراهم کند. در این مقاله تاثیر بنیان های بازاریابی رابطه مند (برگرفته از مدل دوبیسی) شامل تعهد، اعتماد، ارتباطات و مدیریت تعارض را بر وفاداری مشتریان، اهمیت این متغیرها از دید مشتریان و میزان توفیق بانک مذکور در زمینه ایجاد هر یک از این متغیرها مورد بررسی قرار گرفته است. این مقاله از منظر هدف کاربردی است و جهت جمع آوری اطلاعات از روش میدانی استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق 184 نفر از مشتریان بانک حکمت ایرانیان می باشد. ابزارگردآوری داده ها پرسشنامه می باشد. نتایج تحقیق نشان می دهد که در بانک حکمت ایرانیان چهار بنیان بازاریابی رابطه مند تاثیر مثبت و معناداری بر وفاداری مشتریان داشته است.

کلمات کلیدی:

بازاریابی رابطه مند، وفاداری مشتری، بانک حکمت ایرانیان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/822892>

