

## عنوان مقاله:

بررسی نقش مشتری مداری در موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری (مطالعه موردی: شعب منتخب بانک دی)

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

فریده حق شناس کاشانی - استادیار رشته مدیریت بازرگانی بازاریابی دانشکده مدیریت تهران مرکز

حسین امامی پور - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی MBA گرایش بازاریابی دانشکده مدیریت تهران مرکز

## خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر با هدف بررسی نقش مشتری مداری در موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری، مطالعه موردی: شعب منتخب بانک دی انجام شد. بدین منظور پس از بررسی تحقیقات مرتبط و ادبیات پیشین، مدل مفهومی تحقیق تبیین گشت. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه ها استاندارد استفاده گردید. روایی این تحقیق توسط کارشناسان و تحلیل عاملی، مورد تایید قرار گرفت. پایایی تمامی گویه های این پرسشنامه نیز بیشتر از با استفاده از آلفای کورنباخ 0/7 بدست آمد که نشان از پایایی خوب پرسشنامه هاست. نتایج حاصل از مدل استاندارد این تحقیق نشان می دهد که مشتری محوری بصورت مستقیم با ضریب مسیر 0/65 بر روی مدیریت ارتباط با مشتریان تاثیرگذار است این رابطه توسط مدل معناداری تایید می شود و در پایان تحقیق پیشنهادهای عملی برای بهبود شرایط در بانک دی و سایر موسسات خدماتی ارائه گردید.

## کلمات کلیدی:

مشتری مداری، موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری، شعب منتخب بانک دی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/831400>

