

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط بین تجربه مشتری و وفاداری بر میزان سرمایه گذاری مشتریان موسسه اعتباری کوثر اصفهان

محل انتشار:

ششمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم انسانی، مدیریت و کارآفرینی ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

عطیه عالمی - موسسه آموزش عالی المهدی مهر اصفهان

خلاصه مقاله:

بانک ها برای مقابله با فشارهای رقابتی از استراتژی های متعددی استفاده می کنند. اهمیت مشتری مداری بیش از پیش افزایش یافته و با توجه به نقش غیر قابل انکار آن در موفقیت کسب و کارها سازمان هایی موفق اند که از دیدگاهی قوی در ارتباط با مشتریان خود برخوردارند. از طرفی با توجه به اینکه نیازها و خواسته های مصرف کنندگان نیز تغییر کرده است درک این انتظارات سازمان ها را به ارائه راهکارهایی در جهت جلب رضایت و وفاداری بلند مدت آنها رهنمون می سازد ارائه خدمات مناسب به مشتریان از مهم ترین عوامل ایجاد تمایز بین سازمان ها در فضای رقابتی محسوب می شود به طور کلی هدف از انجام این پژوهش بررسی ارتباط بین تجربه مشتری و وفاداری بر میزان سرمایه گذاری مشتریان موسسه اعتباری کوثر اصفهان می باشد. جامعه آماری این پژوهش مشتریان موسسه اعتباری کوثر اصفهان می باشد. با توجه به اینکه حجم جامعه نامحدود و نامشخص می باشد. حجم نمونه در سطح اطمینان 0/95 با استفاده از جدول مورگان برابر 384 نفر بدست آمد. روایی پرسشنامه ها توسط متخصصین و پایایی پرسشنامه ها به کمک ضریب آلفا کرونباخ 0/958 محاسبه گردید. چون مقدار آلفاهای بدست آمده برای شاخص ها از مقدار 0/7 بیشتر است لذا پایایی ابزار اندازه گیری تایید می گردد. برای تحلیل داده ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف، معادلات ساختاری، تحلیل واریانس و آزمون t مستقل استفاده شد

کلمات کلیدی:

تجربه مشتری، وفاداری نگرشی، وفاداری رفتاری، سرمایه گذاری مشتری، موسسه اعتباری کوثر اصفهان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/866251>

