

## عنوان مقاله:

بررسی ارتباط بین سطح بکارگیری مدیریت ارتباط با مشتری و مشتری محوری با وفاداری مشتریان نسبت به خدمات بانکی مورد بررسی:  
بانک توسعه صادرات و بانک کشاورزی کرمان

## محل انتشار:

دومین کنگره بین المللی علوم و مهندسی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسنده:

محمد اکبرپور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشگاه هرمزگان

## خلاصه مقاله:

رضایت مشتری و کیفیت خدمات عاملی حیاتی در تحلیل رقبا میباشد. توجه به این امر متضمن سود و پیشی گرفتن از رقبا در بلند مدت است. سازمانها برای ادامه حیات، سبقت گرفتن از رقبا در بازار رقابت و توسعه و پیشرفت خویش باید در کوتاه ترین زمان ممکن نسبت به شناسایی مشکلات و مرتفع نمودن آنها اقدام نمایند. اجرای صحیح مدیریت ارتباط با مشتری ( CRM ) در بسیاری از سازمانها موجب افزایش توان رقابتی، افزایش درآمد، کاهش هزینه های عملیاتی و افزایش وفاداری مشتریان میشود. هدف از انجام این پژوهش بررسی ارتباط بین سطح بکارگیری مدیریت ارتباط با مشتری و مشتری محوری با وفاداری مشتریان در بانک توسعه صادرات کرمان میباشد. که بوسیله پرسشنامه دادههای موجود جهت بررسی از جامعه آماری که مشتریان بانک توسعه صادرات کرمان میباشد جمعآوری شد. سپس داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از آزمون همبستگی فرضیه اصلی نشان داد که بین سطح بکارگیری مدیریت ارتباط با مشتری و مشتری محوری با وفاداری مشتری ارتباط معناداری وجود دارد. بطوریکه با افزایش سطح بکارگیری مدیریت ارتباط با مشتری، وفاداری افزایش میابد و بالعکس. همچنین یافته ها نشان میدهد که ارتباط بین سطح بکارگیری مدیریت ارتباط با مشتری و وفاداری مشتریان در بانک توسعه صادرات کرمان مستقل از متغیرهای جمعیت شناختی میباشد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، مشتری محوری، وفاداری، مشتری، رضایتمندی مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/878273>

