

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط بازاریابی درونی و کیفیت خدمات: مطالعه موردی بانک کشاورزی

محل انتشار:

همایش چالشهای مدیریت و رهبری در سازمانهای ایرانی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

سیدولی طباطبایی هنزایی - استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان

نیما اخوان - گروه کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان

خلاصه مقاله:

امروزه با گسترش روز افزون صنایع خدماتی، موضوع بازاریابی خدمات و کیفیت خدمات به مسئله مهمی برای سازمانها تبدیل شده است. تلاشهای فراوان سازمانها در این حوزه، شاهدهی بر این ادعاست. در سالهای گذشته سازمانها سعی کرده اند از طریق مفاهیم و رویکردهای بازاریابی بیرونی، کیفیت خدمات مناسب و رضایت بهتر مشتریان بیرونی خود را فراهم سازند. یکی از ویژگی های مهم خدمات، تعامل مستقیم کارکنان با مشتریان و نقش تعیین کننده رفتارهای مشتری مدارانه آنها در برخورد با مشتریان می باشد. بنابراین برای داشتن کیفیت خدمات برتر و در نهایت رضایت مشتریان بیرونی، می بایستی کارکنان (مشتریان درونی) متعهد به اهداف و چشم اندازهای شرکت و دارای رفتارهای مشتری مدارانه داشته باشیم.

کلمات کلیدی:

بازاریابی درونی، بازاریابی بیرونی، کیفیت خدمات، مدل معادلات ساختاری، بانک کشاورزی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/91405>

