

عنوان مقاله:

شناسایی چالش های کاربست شبکه های اجتماعی در بازاریابی بانکی: مطالعه ای کیفی

محل انتشار:

کنفرانس مدیریت بازرگانی نوین کسب و کار و بازاریابی با رویکرد رونق تولید ملی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

حسن قربانی دینانی - استادیار گروه مدیریت، واحد مبارکه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه، ایران

رضا صفری سروک - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه، مبارکه، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه استفاده از فناوری های نوین به صورت گسترده ای در تمامی شئون زندگی افراد رخنه کرده و به امری اجتناب ناپذیر بدل شده است، از این جهت پژوهش حاضر با هدف شناسایی چالش های کاربست شبکه های اجتماعی در بازاریابی بانکی در قالب رویکرد کیفی و از نوع مطالعه موردی انجام شده است. مشارکت کنندگان در این پژوهش شامل مدیران ارشد و میانی بانک های دولتی و خصوصی شهر یاسوج بودند که چهارده خبره با روش نمونه گیری هدفمند و گلوله برفی و با رعایت قاعده اشباع نظری انتخاب شدند. ابزار پژوهش مصاحبه های عمیق بوده که برای رواسازی آن از تکنیک هایی همچون بازبینی توسط اعضا تا محاسبه پایایی بین دو کدگذار استفاده شد و برای تحلیل داده ها از روش تحلیل تم استفاده شده است. عمده ترین نتایج نشان داد که 23 تم فرعی برای چالش های کاربست شبکه های اجتماعی شناسایی شد که در قالب چهار دسته تم اصلی قرار می گرفتند و می توان چالش های شخصی-فردی، امنیتی، اداری-ساختاری و چالش های مرتبط با مشتریان را به عنوان عمده ترین چالش های کاربست شبکه های اجتماعی در بازاریابی بانکی بیان کرد و با توجه به گستردگی و متنوع بودن دامنه شبکه های اجتماعی میتوان با رفع یا کاهش این چالش ها به بازاریابی بانکی کمک کرد.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی، بازاریابی بانکی، پژوهش کیفی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/986740>

