

عنوان مقاله:

نقش نوآوری در توسعه ارتباط با مشتری با تاکید بر ساختار سازمانی نوین مطالعه موردی : بانک ایران زمین

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی اقتصاد، حسابداری، مدیریت و علوم اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

ابراهیم وکیل یزدی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی

فاطمه خواجه فینی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی

خلاصه مقاله:

محیط متلاطم و رقابتی موجود در صنعت بانکداری، بیش از پیش موجب تحمیل فشارهایی برای کم کردن هزینه ها و متمایز ساختن ارائه خدمات، به منظور افزایش بهره وری و رضایت مشتریان و همچنین بالا بردن سودآوری می شود. توانمندی در توسعه ارتباط با مشتریان با نتایج مطلوب در شاخص های مالی بانک ها رابطه مستقیمی دارند. تحقیق پیش رو، نوآوری را با تاکید بر مهندسی ساختار نوین در سازمان، به کمک ظرفیت های بالقوه در سیستم CRM را مورد بررسی قرار می دهد. روش پژوهش مورد نظر توصیفی-پیمایشی است. در این راستا با داده کاوی از منابع کتابخانه ای و مطالعه ی پرسشنامه های توزیع شده، این امر محقق گردیده است. جامعه آماری، کارکنان و مشتریان شعب بانک ایران زمین در سطح استان تهران می باشند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل پرسشنامه ها، مبین این نکته است که بین نوآوری و توسعه ارتباط با مشتریان رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد؛ همچنین ساختار سازمانی نوین و مناسب، در ارتباط بین اقدامات نوآورانه و توسعه ارتباط با مشتریان نقش میانجی گر دارد

کلمات کلیدی:

نوآوری، ساختار سازمانی نوین، مدیریت ارتباط با مشتری، نظام بانکداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/367589>

