

عنوان مقاله:

تأثیر کاربرد مدیریت ارتباط الکترونیک با مشتری بر ارتباط بین مشتری و بانک

محل انتشار:

سومین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

زهرا مقیمی - دانشگاه آزاد قزوین

وحید حاجیلو - دانشگاه آزادقزوین

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر برای بررسی تأثیر کاربرد مدیریت ارتباط الکترونیک با مشتری بر ارتباط بین مشتری و بانک انجام شده است. این تحقیق با روش توصیفی پیمایشی با هدف کاربردی می باشد. جامعه و نمونه آماری شامل کلیه مشتریان بانکهای کشاورزی استان آذربایجان غربی در سال 1392 است که از خدمات الکترونیکی استفاده کرده اند و تعداد 14709 نفر را شامل می شود که با استفاده از فرمول کوکران تعداد 375 نفر به عنوان نمونه آماری در سه ناحیه شمال استان، مرکز استان و جنوب استان برای توزیع پرسشنامه های طراحی شده انتخاب شدند. گردآوری اطلاعات بصورت کتابخانه ای و میدانی بود. روشهای آماری برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون رگرسیون چندگانه، و برای آزمون نرمال بودن داده ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد و نهایتاً و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصله از پرسشنامه ها از نرم افزار 18 spss استفاده شد. نتایج حاصل از این تحقیق در کل نشان داد که تمام فرضیه های پژوهش تایید شده اند. بطوری که رابطه ی بین E-CRM با گرایش به سمت خدمات مشتری محور و تمام ابعاد آن و رابطه ی بین E-CRM با کیفیت و نتایج ارتباط مشتری و بانک و تمام ابعاد آن مثبت و معنی دار می باشد. همچنین نتایج نشان دادند که E-CRM بر کیفیت ارتباط و نتایج مشتری و بانک از طریق گرایش به سمت خدمات مشتری محور تأثیر غیر مستقیم دارد، اما تأثیر مستقیم E-CRM بر کیفیت ارتباط و نتایج مشتری و بانک بیشتر است.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط الکترونیک با مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری، ارتباط بین مشتری، بانک کشاورزی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/511679>

