

International Conference on Management

خشم، رویگردانی و ریزش مشتریان در بانکها

زهرة محمدیاری، یاسان اله پور اشرف، زینب طولابی

۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایران

۲ استادیار، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایران

۳ استادیار، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایران

چکیده

ممکن است برخی شرکت ها با روشهای مختلف بتوانند تعدادی مشتری برای خود دست و پا کنند، اما حفظ آنها به راحتی میسر نخواهد بود، به همین دلیل بازاریابان که تا دیروز در اندیشه شکار مشتریان خود بودند امروزه به رضایت مندی و حفظ آنها بیش تر تمایل پیدا کرده اند. توجه به حفظ مشتری، زمینه ساز رشد و بقای سازمان می شود، در حالی که زیان از دست دادن یک مشتری، به صورت سود نصیب شرکت رقیب خواهد شد. با توجه به رقابتی شدن صنعت بانکداری در سالهای اخیر و ورود بخش خصوصی به این عرصه، حفظ مشتریان برای بانکها، اهمیت ویژه ای یافته است. خشم، رویگردانی و ریزش مشتری به مفهوم خاتمه روابط وی با بانک و رویکرد وی به سمت سایر بانک ها در نتیجه یکسری عوامل هستند. در تحقیق حاضر قصد بر آن بود تا با ارائه تعاریف، الگوها و عوامل موثر بر مفاهیم خشم، رویگردانی و ریزش، زمینه را برای حفظ مشتریان موجود فراهم ساخت. در پایان نیز جهت حفظ مشتریان برای بانکها پیشنهاداتی ارائه شده است.

واژه های کلیدی: خشم مشتری، رویگردانی مشتری، ریزش مشتری.

Rage, running away and falling consumer in bank

Zohre, Mohammadyari¹; Yasan Allah, Poor Ashraf²; Zeinab, Toolabi³.

¹ Student MBA, Faculty of Literature and Humanities, University of Ilam, Iran

² Assistant Professor, Faculty of Letters and Human Sciences, University of Ilam, Iran

³ Assistant Professor, Faculty of Letters and Human Sciences, University of Ilam, Iran

Abstract

Maybe some firms with different method can to attract some customer for their, but maintain they not easy, For this reason marketers who were prey on their customers before, today have found satisfaction and keep them wanting more. According to customer retention to be the underlying growth and keep life of company, while the loss of losing a customer formed in advantage will give to a competitor. Given the competitiveness of the banking industry and input the private sector in this field in recent years, keeping customers has special significance for the bank. Anger, running away, and the loss of customers is terminate his relationship with the bank and lead their to the other banks are as a result of some factors. The present paper was intended to provide definitions, concepts, models, and factors affecting anger, falling away, and losing for provide groundwork for construction area to keep customers. Finally, recommendations are provided to keep customers for banks.

Keywords: customer rage, running away and falling consumer