

بررسی نقش مشتری مداری در موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری (مطالعه موردی: شعب

منتخب بانک دی)

فریده حق شناس کاشانی^۱، حسین امامی پور^{۲*}

۱-استادیار رشته مدیریت بازرگانی-بازاریابی دانشکده مدیریت تهران مرکز

۲-دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی (MBA) گرایش بازاریابی دانشکده مدیریت تهران مرکز

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی نقش مشتری مداری در موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری ، (مطالعه موردی: شعب منتخب بانک دی) انجام شد. بدین منظور، پس از بررسی تحقیقات مرتبط و ادبیات پیشین، مدل مفهومی تحقیق تبیین گشت. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه های استاندارد استفاده گردید. روایی این تحقیق توسط کارشناسان و تحلیل عاملی، مورد تایید قرار گرفت. پایایی تمامی گویه های این پرسشنامه نیز بیشتر از با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۷ بدست آمد که نشان از پایایی خوب پرسشنامه هاست. نتایج حاصل از مدل استاندارد این تحقیق نشان می دهد که مشتری محوری بصورت مستقیم با ضریب مسیر ۰/۶۵ بر روی مدیریت ارتباط با مشتریان تاثیر گذار است این رابطه توسط مدل معناداری تایید میشود. در پایان تحقیق پیشنهادهای عملی برای بهبود شرایط در بانک دی و سایر موسسات خدماتی ارائه گردید.

کلمات کلیدی: مشتری مداری، موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری، شعب منتخب بانک دی.