

خدمات فرا انتظار؛ طرح نوین بانکداری مشتری مدار

جواد خاکسار^۱، سیده الهه حسینی^۲

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه پیام نور استان سمنان، مرکز گرمسار (نویسنده مسئول)

^۲ کارشناسی ارشد ریاضی محض (کاربر ارشد اعتباری بانک آینده)

چکیده

تجربیات حاصل از شکست های عرصه خدمت رسانی به مشتریان، حاکی از این موضوع است که ارائه خدمات منطبق بر نیازها به عنوان برتری در فضای رقابتی کنونی محسوب نگردیده و صرفاً شرط لازمی جهت بقا می باشد، از سویی دیگر طرح برقراری روابط ماندگار را می توان به طور نسبی شرط کافی در راستای فعالیت روزمره دانست، این در حالی است که امروزه با توجه به شکسته شدن انحصار در ورود و افزایش روز افزون شمار بانک های خصوصی و خصوصی سازی بانک های دولتی، همه روزه شاهد ارائه خدمات نوین و مشتری نواز از سوی فعالان این حوزه می باشیم. در این فضای رقابتی پژوهش جاری با بررسی تحقیقات اخیر و تلفیق بازخورد های عملیاتی، در راستای کسب جایگاه مطلوب، راهکار پیشنهاد پیاده سازی بستر و ساز و کار طرح نوین ارائه خدمات فرا انتظار در حوزه بانکداری مشتری مدار، با رویکرد ارائه خدمات با تمامی ابعاد واژه "خدمت" اعم از برقراری روابط ماندگار و پایدار از طریق پیاده سازی ابعاد کیفی طراحی و ارائه خدمات و دیگر اجزای قابل طرح در این حوزه، براساس دیدگاه فرای انتظار نیازها (پنهان و آشکار)، تقاضا و توقع گروه مشتریان بالقوه و بالفعل در جهت جذب، پرورش و ماندگاری مشتریان سفیر به عنوان مهمترین ابزار سودآوری و تبلیغاتی موثر در دوران بحران و رقابت به منظور مدیریت تجربه مشتریان (CEM) که همان داستان ساز شدن و تبلیغات دهان به دهان جهت پیاده سازی موثرترین روش تبلیغاتی را مطرح می نماید.

واژه های کلیدی: خدمات فرا انتظار، بانکداری مشتری مدار، خدمات رقابتی، بازاریابی رقابتی