

## عنوان مقاله:

مدل سازی مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتریان ، مطالعه موردی : سیستم های بانکی

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و توسعه پایدار، دوره 1، شماره 4 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

## نویسندگان:

سید کامران یگانگی - استادیار، گروه مهندسی صنایع ، واحد زنجان ، دانشگاه آزاد اسلامی ، زنجان ، ایران

مریم ابراهیمی - استادیار، گروه مدیریت ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی ، تهران ، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این مطالعه، مدل سازی و شبیه سازی تاثیر مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتریان بر وفاداری مشتریان بانک با استفاده از روش شناسی پویایی شناسی سیستم ها است. مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتریان از ابتکارات اولیه استراتژیک در صنعت امروز است که در حال تبدیل شدن به پارادایم اصلی بازاریابی رابطه مند در جهان الکترونیکی است. روش پژوهش از نوع توصیفی و تحلیلی و محیط پژوهش یکی از بانک های نیمه دولتی بوده است. در این مقاله، پس از مطالعه مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری و وفاداری مشتری و شناسایی شاخص های آنها، به واسطه روش شناسی پویایی شناسی سیستم ها، محدوده مساله مشخص شده است؛ بطوریکه مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری شامل بانکداری الکترونیک، پشتیبانی مشتری، امنیت، خدمات مازاد، و اختلالات مرتبط به هرکدام است. علاوه بر آن، پس از مصاحبه نیمه ساختاریافته با تکنیک دلفی، داده های وضعیت موجود و خواسته مطلوب تعیین شده است. در این رویکرد از ترکیب دیاگرام ها، گراف ها و معادلات، مدل هایی، مدل حلقه سببی و مدل داینامیک، ساخته و چگونگی تغییر متغیرها در طول زمان بازنمایی شده است. در انتها، اعتبارسنجی و شبیه سازی توسط نرم افزار ونسیم انجام و نتایج استخراج ارائه شده است. یافته ها حاکی از آن است که با بهبود هر کدام از عوامل مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری، وفاداری مشتری نیز افزایش می یابد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتریان، وفاداری، خدمات بانکی، سیستم بانکی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1483409>

