

عنوان مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری و طراحی الگویی برای افزایش کارایی در سیستم بانکداری (مطالعه موردی: گارانتی بانک ترکیه)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات بانکی (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

فهاد کریم خانی - متصدی امور بانکی بانک رفاه کارگران، لیسانس مدیریت بازرگانی، دانشگاه

خلاصه مقاله:

امروزه بسیاری از امور کسب کار تجاری مانند بانکداری، شرکت‌های بیمه و دیگر نهادهای خدماتی به اهمیت مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و پتانسیل آن برای دستیابی به مشتریان جدید، حفظ مشتریان موجود و افزایش طول عمر خدمات دهی به آنها پی برده اند. در این زمینه ایجاد روابط نزدیک با مشتریان نیازمند هماهنگی بین فن آوری اطلاعات و شعب بازاریابی برای جذب بلند مدت مشتریان است. مقاله حاضر نقش مدیریت در روابط با مشتریان در حوزه بانکداری و نیاز به این نوع مدیریت برای افزایش ارزش مشتری با استفاده از شیوه های تحلیلی، کاربرد CRM را مورد بررسی قرار می دهد

کلمات کلیدی:

CRM ، افزایش کارایی سیستم بانکداری، گارانتی بانک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/178100>

