

دومین همایش ملی

دومین همایش بین المللی مدیریت و حسابداری ایران

The second National and International Conference of Management and Accounting Iran

۱۳ اسفند ۱۳۹۴

March 03 2016



خوشه بندی مشتریان مبتنی بر منفعت در صنعت بانکداری

طاهره مرزدشتی

کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین

چکیده

در این پژوهش به خوشه بندی مشتریان هدف بانک کشاورزی در استان قزوین پرداخته شده است. بدین منظور پس از استخراج منافع مشتریان بانکی با ۳۰ تن از مشتریان بانک مصاحبه انجام شد و از آن ها خواسته شد منافی که در لیست ارائه شده وجود ندارد، اعلام نمایند. پس از نهایی شدن لیست منافع مورد انتظار مشتریان، پرسشنامه ای شامل ۳۳ منفعت مشتریان میان ۳۴۰ نفر از مشتریان هدف بطور تصادفی توزیع شد. سپس با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی هشت عامل اصلی شامل "تخصص و تعهد کارکنان"، "گسترش خدمات"، "اخلاق و برخورد مناسب"، "خدمات جانبی"، "سود محوری"، "بانکداری الکترونیک"، و "امنیت و مشاوره" شناسایی شدند. در نهایت با استفاده از روش خوشه بندی سلسله مراتبی به خوشه بندی مشتریان پرداخته شد و پنج خوشه از مشتریان شناسایی و پروفایل شدند. نتایج تحقیق نشان می دهد که هریک از خوشه های مشتریان می تواند با استفاده از خدمات متنوعی مورد توجه قرار گیرند.

واژه های کلیدی: منفعت مشتری، خوشه بندی سلسله مراتبی، تحلیل عاملی، مشتری مداری، بانک