



بررسی تأثیر مدیریت هویت سازمانی بر عملکرد برند و رضایت شغلی

جواد ترابی

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

چکیده

مطالعه در زمینه مدیریت هویت برند در بخش خدماتی برای بانک‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد زیرا این سازمان‌ها به شدت تحت تأثیر بحران بانکداری و اقتصادی قرار گرفته‌اند. بانک‌ها علاوه بر مشکلات مالی به تازگی با کاهش اعتماد و اطمینان مشتری‌ها نیز رو به رو شده‌اند. در این شرایط باید اعتماد و اطمینان مشتری‌ها را باز گرداند و تلاش کرد که تصویری مثبت از سازمان ارائه داد. مدیریت هویت برند شرکت و نقش کارمندان در این فرآیند پیچیده اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. بنابراین هدف این پژوهش درک بهتر آثار مدیریت برند شرکت است. برای رسیدن به این هدف، مدیریت هویت برند از دیدگاه کارمندان در بانک-های دولتی و خصوصی استان فارس بررسی می‌شود. این پژوهش به دنبال بررسی تأثیر مدیریت هویت سازمانی برند بر عملکرد برند و رضایت شغلی بوده است. یافته‌ها حاکی از آن است که مدیریت هویت برند تعهد کارمندان به سازمان را افزایش می‌دهد که به نوبه خود موجب بهبود عملکرد برند و افزایش رضایت کارمندان از شغل خود می‌شود.

کلید واژه‌ها: عملکرد برند، رضایت شغلی، مدیریت هویت سازمانی برند