

بررسی تأثیر مدیریت تجربه مشتری بر عملکرد بازاریابی خدمات بانکی

بانک سپه شهر اصفهان

دکتر بهناز شکیب، استادیار گروه مدیریت بازرگانی، موسسه آموزشی المهدی مهر، اصفهان، ایران bhsh.iris@yahoo.com

آذر مرادی، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزشی المهدی مهر، اصفهان، ایران moradi.azar1@gmail.com

چکیده

تجربه ای که در ذهن مشتری حک می شود یکی از قدرتمندترین فاکتورهایی است که می تواند موجب بازگشت و خرید مجدد مشتری و یا توصیه سازمان از سوی مشتری به سایر اطرافیان او شود. از این رو مدیریت آن موضوعی مهم برای سازمان ها و بخصوص بانک ها و مؤسسات مالی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان بانک کشاورزی شهر اصفهان می باشد. ابزار اندازه گیری تحقیق، دو پرسشنامه مدیریت تجربه مشتری و عملکرد بازاریابی خدمات بانک می باشد. نتایج تحقیق نشان داد مدیریت تجربه مشتری بر عملکرد بازاریابی خدمات بانکی بانک کشاورزی اصفهان تأثیر گذار است. همچنین ابعاد مدیریت تجربه مشتری (بخش وظیفه ای، بخش مکانیک و بخش انسانی مدیریت تجربه مشتری) بر عملکرد بازاریابی خدمات بانکی بانک کشاورزی اصفهان تأثیر گذار است.

کلید واژه ها: مدیریت تجربه مشتری، عملکرد بازاریابی خدمات بانک، بانک کشاورزی