

بررسی رابطه ارزش ویژه برند و شرایط انتخاب بانک (مطالعه موردی : بانک تجارت

اهواز)

محمد آیتی مهر^۱، سعید ادهمی^۲

۱- هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه شهید چمران اهواز، Ayati@yahoo.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد امیدیه، modiriatabazargani@yahoo.com

چکیده

امروز دیگر تصوراتی که گونه ای از فعالیت انسان بدون وجود اعتماد شکل پذیرد مشکل است. به ویژه آن که در قرن بیستم و بیست و یکم تحولات تکنولوژی، حمل و نقل و ارتباطات با سرعت و وسعت شگفت آوری انجام پذیرفته است. همراه با ارتقا و پیچیدگی بیش تر زندگی انسان امروز، برند ها نیز از زوایای مختلف و با شتاب توسعه یافته اند. ایجاد وفاداری در مشتری مفهومی است که در کسب و کارهای امروزی مورد توجه بیش از پیش قرار گرفته است. توسعه اعتماد و تعهد وفاداری نیز همزمان است، اعتماد منطقی به سمت تعهد منطقی هدایت می شود. بر این اساس مدیران برندها در ابتدا باید دانش درستی در ارتباط با قابلیت اعتماد جهت برآوردن انتظارات داشته باشند تا مشتری به سمت تعهد وفاداری میل پیدا نماید پژوهش حاضر به صورت کمی و از نظر هدف به صورت کاربردی و از لحاظ ماهیت و نوع گردآوری داده ها از نوع توصیفی بوده که در پی کشف رابطه بین مولفه های دو متغیر ارزش ویژه برند خدمات و تصمیم گیری رفتار خرید مشتری است.

واژه های کلیدی: ارزش ویژه برند، انتخاب بانک، مشتریان، بانک تجارت

۱- مقدمه

همراه با ارتقا و پیچیدگی بیش تر زندگی انسان امروز، برند ها نیز از زوایای مختلف و با شتاب توسعه یافته اند. بانکها در می یابند که کسب شهرت و اعتبار بسیار دشوار و از دست دادن آن بسیار آسان است؛ شرکت ها بایندنسبت به تحولات سریع بازار، رقبا، نظام های توزیع، رسانه های جمعی که در برون آنها رخ می دهند بینش و آگاهی بدست آورند، بنابراین بانکهایی موفق خواهند بود که رضایت مشتریان خود را بیشتر تامین کنند. بانکهای آگاه بانک هایی هستند که صرفا بدنبال فروش نباشند بلکه باید رضایت بلند مدت مشتریان را از طریق ایجاد اعتماد و خدمات برتر همراه با فایده وجهه همت خود قرار دهند. امروزه دیگر رضایتمندی مشتریان کافی نبوده و بانک ها نباید به رضایتمندی مشتریان دلخوش کنند، آنها باید مطمئن شوند که مشتریان رضایتمندشان، وفادار هم هستند. کشورهای جهان امروزه با بحرانهای اقتصادی شدید، افزایش بیکاری، تورم، بی ثباتی قیمت طلا و... روبرو هستند. کشور ما نیز از این امر دور نیست با نگاهی به روند اقتصادی کشور و وضعیت خانوارها متوجه می شویم که بی ثباتی نرخ ارز، طلا سکه قیمت کالاها و وجود تحریم های بین المللی تاثیر بسزایی بر درآمد خانوارها و بانک ها به عنوان یک مرکز اقتصادی گذاشته است. مسلما این پیچیدگی و تلاطم تغییر در قیمت ها و مرجع های پایه (طلا و ارز) و همچنین کثرت رقبا قوی در این اقتصاد و بازار نیز بر روند فعالیت ها و نحوه کسب و کار بانکها تغییراتی را تحمیل کرده است. در میان این تغییرات، بانک ها نیاز دارند که منابع پولی و درآمدی خود را حفظ و در نهایت افزایش دهند که این امر مستلزم حفظ و رشد مشتریان کنونی و جدید و مدیریت هزینه مشتریان است. این پیشرفت، بانکداری را نیز تحت تأثیر شدید خود قرار داده و