

بررسی تاثیر مشتری محوری بر جذب مشتریان با در نظر گرفتن نقش کیفیت خدمات در نظام بانکداری

مجید شفائی گلیمکانی^۱، سیدمرتضی غیور باغبانی^۲

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-بازاریابی، موسسه آموزش عالی غیردولتی غیرانتفاعی سناباد گلپهار، مشهد، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ استادیار و مدیرگروه مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی غیردولتی غیرانتفاعی سناباد گلپهار، مشهد، ایران

چکیده

با افزایش روزافزون بانک ها و موسسات مالی، رقابت برای جلب و نگهداری مشتریان افزایش یافته است. از طرفی هزینه جذب هر مشتری جدید، چندین برابر هزینه حفظ مشتریان سابق می باشد، لذا وفاداری مشتریان از اهمیت ویژه ای برخوردار است. هدف از این مطالعه، شناسایی عوامل موثر بر حفظ مشتریان با در نظر گرفتن نقش کیفیت خدمات در بین مشتریان بانکی می باشد. جامعه آماری این مطالعه، مشتریان بانک می باشند که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی و با استفاده از فرمول کوکران برای جوامع آماری بدست آمده است. جامعه آماری مورد بررسی در این مطالعه شامل ۳۸۴ پرسشنامه که هر کدام دارای سه قسمت وفاداری، کیفیت خدمات و مشتری محوری می باشد. نتایج بدست آمده حاکی از ارتباط بین مشتری مداری و وفاداری مشتریان می باشد. همچنین ارتباط معناداری بین مشتری مداری و کیفیت خدمات بانک ملاحظه شده است. به علاوه تاثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان و تاثیر مشتری مداری از طریق کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان بانک تایید شده است.

واژه های کلیدی: مشتری محوری، کیفیت خدمات، بانکداری، وفاداری مشتریان، خدمات غیرحضوری