

مدیریت ارتباط با مشتری در

سیستم بانکداری

سید محمد حسین لطفی آشتیانی

سید محسن لطفی آشتیانی

سید احمد لطفی آشتیانی



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مدیریت ارتباط با مشتری در سیستم بانکداری

تالیف:

سید محمد حسین لطفی آشتیانی

سید محسن لطفی آشتیانی

سید احمد لطفی آشتیانی



انتشارات موجک



سرشناسه: لطفی آشتیانی، سیدمحمدحسین، ۱۳۶۶ -
عنوان و نام پدیدآور: مدیریت ارتباط با مشتری در سیستم بانکداری / سیدمحمدحسین لطفی آشتیانی،
سیدمحسن لطفی آشتیانی، سیداحمد لطفی آشتیانی.
مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری: ۱۲۷ص: جدول، نمودار.
شابک: ۴-۷۴-۸۶۳۴-۶۰۰-۹۷۸، ۲۰۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

موضوع: بانک و بانکداری -- خدمات مشتری

موضوع: Banks and banking -- Customer services

موضوع: مشتری شناسی -- مدیریت

موضوع: Customer relations -- Management

شناسه افزوده: لطفی آشتیانی، سیداحمد، ۱۳۳۹ -

شناسه افزوده: لطفی آشتیانی، سیدمحسن، ۱۳۶۸ -

رده بندی کنگره: ۱۳۹۶ ل ۶ ۴ خ / ۱۶۱۶ HG

رده بندی دیویی: ۳۳۲/۱۷۵

شماره کتابشناسی ملی: ۴۶۹۸۹۱۰

انتشارات موجک



تلگرام: ۰۹۰۱۷۶۷۲۵۰۲ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز بخش: ۰۲۶۳۲۴۰۳۵۱۶ - ۰۲۶۳۲۴۰۳۵۱۳ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir

عنوان: مدیریت ارتباط با مشتری در سیستم بانکداری

تالیف: سید محمد حسین لطفی آشتیانی، سید محسن لطفی آشتیانی، سید احمد لطفی آشتیانی

طراح جلد: سیده زهرا روشنایی

مشخصات ظاهری: ۱۲۷ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: بهار ۱۳۹۶، تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال، شابک: ۴-۷۴-۸۶۳۴-۶۰۰-۹۷۸

حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

تقدیم به

«آنانکه برایم بهترینند، بودند تا بتوانم.

خانواده‌ام،

به پاس رنج‌ها، شکیبائی‌ها و مهربانی‌هایشان.»

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱.....	سخن مولفین
۳.....	بخش اول: مدیریت ارتباط با مشتری در سیستم بانکداری
۵.....	فصل اول: مدیریت ارتباط با مشتری
۵.....	۱-۱ مدیریت ارتباط با مشتری چیست؟
۶.....	۲-۱ تعاریف مدیریت ارتباط با مشتری
۹.....	۳-۱ ابعاد و عناصر مدیریت ارتباط با مشتری
۱۳.....	فصل دوم: جایگاه مدیریت ارتباط با مشتری در نظام بانکی
۱۳.....	۱-۲ بانکداری امروزی و جایگاه مدیریت ارتباط با مشتری در نظام بانکی
۱۴.....	۲-۲ تجربه استفاده از سیستم مدیریت ارتباط با مشتری
۱۶.....	۳-۲ شناسایی فاکتورهای ریسک اجرای مدیریت ارتباط با مشتری
۱۹.....	فصل سوم: رضایت مشتری
۱۹.....	۱-۳ تعریف رضایت
۲۱.....	۲-۳ تعریف رضایت مشتری
۲۶.....	۳-۳ اهمیت رضایت مشتری

فصل چهارم: مدل‌های رضایت مشتری ۲۹

۱-۴ شاخص ملی رضایت مشتری ۲۹

۲-۴ درجه‌بندی رضایت مشتری و نوع رفتار او ۳۰

۳-۴ ارتباط کیفیت (کالا یا خدمت) با رضایت مشتری ۳۲

۴-۴ فرآیند جلب رضایت مشتری ۳۴

۵-۴ آشنایی با روش مدل کانو ۳۴

۶-۴ تعیین نیازها و خواسته‌های مشتری در مدل کانو ۳۶

فصل پنجم: وفاداری مشتری ۳۹

۱-۵ تعریف وفاداری ۳۹

۲-۵ تعریف وفاداری مشتریان ۴۲

فصل ششم: وفاداری مشتریان بانکی ۴۵

۱-۶ اهمیت وفاداری مشتری ۴۵

۲-۶ عوامل مؤثر بر وفاداری مشتریان بانکی ۴۸

۳-۶ رویکردهای رفتاری، نگرشی، وابستگی و ترکیبی ۴۹

فصل هفتم: تصمیم خرید ۵۱

۱-۷ فرآیند تصمیم‌گیری خرید و انتخاب ۵۱

۲-۷ عوامل تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کننده ۵۵

۳-۷ انواع تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کننده ۵۶

فصل هشتم: سبک‌های تصمیم‌گیری خرید ۵۹

۱-۸ سبک‌های تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کننده ۵۹

۲-۸ تمایل مشتری به ادامه خرید ۶۲

۳-۸ فروش متقاطع و خرید متقاطع ۶۴

بخش دوم: مطالعه موردی (بررسی اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری در سیستم بانکداری در بانک ملی شهر اراک) ۶۷

فصل نهم: کلیات ۶۹

۱-۹ مقدمه ۶۹

۲-۹ بیان مسئله ۷۱

۳-۹ تاریخچه مطالعاتی ۷۲

۴-۹ اهمیت مسئله ۷۴

۵-۹ تعریف مفهومی متغیرها ۷۵

۱-۵-۹ مدیریت ارتباط با مشتری ۷۵

۲-۵-۹ رضایت مشتریان ۷۷

۳-۵-۹ وفاداری مشتری ۷۸

۴-۵-۹ خرید متقاطع ۸۰

۶-۹ مدل مفهومی ۸۲

۷-۹ فرضیه‌ها ۸۳

۸-۹ ابزار گردآوری داده‌ها ۸۳

۹-۹ روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری داده‌ها ۸۴

۱۰-۹ جامعه آماری ۸۵

۱۱-۹ تعیین حجم نمونه و روش نمونه‌گیری ۸۵

فصل دهم: پیشینه مدیریت ارتباط با مشتری در سیستم بانکداری ۸۷

۱-۱۰ پیشینه داخلی ۸۷

۲-۱۰ پیشینه خارجی ۹۳

فصل یازدهم: تجزیه و تحلیل داده‌ها ۹۹

۱-۱۱ تحلیل توصیفی ۹۹

۲-۱۱ برآزندگی مدل تحقیق ۱۰۱

۳-۱۱ تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها ۱۰۳

۱-۳-۱۱ آزمون فرضیه اول ۱۰۶

۲-۳-۱۱ آزمون فرضیه دوم ۱۰۷

۳-۳-۱۱ آزمون فرضیه سوم ۱۰۸

۴-۳-۱۱ آزمون فرضیه چهارم ۱۰۹

۵-۳-۱۱ آزمون فرضیه پنجم ۱۰۹

فصل دوازدهم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها ۱۱۱

۱-۱۲ نتایج فرضیه‌ها ۱۱۱

۲-۱۲ پیشنهادهای کاربردی ۱۱۵

منابع ۱۱۹

منابع فارسی ۱۱۹

منابع لاتین ۱۲۵

سخن مولفین

هدف از این کتاب بررسی اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری در سیستم بانکداری بوده است. این کتاب از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و در دسته تحقیق‌های علی قرار داد. جهت بررسی فرضیه‌های مطرح شده و تجزیه و تحلیل‌های آماری از روش میدانی و از ابزار پرسشنامه به منظور گردآوری داده‌ها استفاده شده است.

جامعه آماری این کتاب شامل مشتریان بانک ملی در شهر اراک بوده است که جهت نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری متناسب استفاده شده است که به دلیل پاسخگو نبودن تعدادی از پاسخگویان و ناقص بودن برخی از پرسشنامه‌ها نهایتاً تعداد ۲۳۶ پرسشنامه کامل شده است.

برای آزمون فرضیه‌ها از روش معادلات ساختاری و از نرم افزار لیزرل استفاده شده است. با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها نتایج حاکی از آن بوده است که اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری تاثیر مثبتی بر رضایت مشتری و وفاداری مشتری دارد. رضایت مشتری تاثیر مثبتی بر وفاداری مشتری، خرید متقاطع دارد. و از سوی دیگر وفاداری مشتری تاثیر مثبتی بر خرید متقاطع دارد.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

این کتاب به دو بخش آموزشی و پژوهشی تقسیم خواهد شد. بخش اول شامل مباحث آموزشی در زمینه مدیریت ارتباط با مشتری در سیستم بانکداری می‌باشد. بخش اول شامل فصول: مدیریت ارتباط با مشتری، جایگاه مدیریت ارتباط با مشتری در نظام بانکی، رضایت مشتری، مدل‌های رضایت مشتری، وفاداری مشتری، وفاداری مشتریان بانکی، تصمیم خرید، سبک‌های تصمیم‌گیری خرید می‌باشد.

در بخش دوم اثربخشی مدیریت ارتباط با مشتری در سیستم بانکداری در بانک ملی شهر اراک بررسی خواهد شد. بخش دوم شامل فصول: کلیات، پیشینه مدیریت ارتباط با مشتری در سیستم بانکداری، تجزیه و تحلیل داده‌ها، نتیجه‌گیری و پیشنهادها می‌باشد.

در پایان، بر خود لازم می‌دانیم از همه عزیزانی که در مراحل گوناگون آماده‌سازی این کتاب ما را یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمائیم.

سید محمد حسین لطفی آشتیانی

سید محسن لطفی آشتیانی

سید احمد لطفی آشتیانی

بهار ۱۳۹۶