



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: پوراندخت کمالی وحیدی، ۱۳۹۷

تدوین راهبردهای حفظ مشتریان بانک صادرات از طرق ماتریس سوات (مورد مطالعه شعب مشهد)

چکیده

نظر به اهمیتی که حفظ مشتریان در کسب مزیت رقابتی سازمانها دارد این تحقیق با هدف تدوین راهبردهای حفظ مشتریان با رویکرد اکتشافی از طریق ماتریس SWOT در شعب بانک صادرات شهر مشهد انجام گرفت. جامعه آماری شامل صاحبانظران و مدیران بانک که شامل 140 نفر می باشند بوده که از این میان جهت شناسایی عوامل و تعیین نمره جذابیت از 20 نفر از خبرگان و کارشناسان ارشد و جهت تعیین موقعیت 102 نفر از مدیران و کارشناسان به روش هدفمند به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند که از بین 31 عامل قوت بر اساس اولویت بندی که انجام شده میتوان به شهرت و خوشنامی بانک- استمرار خدمات نوین بانکی تبلیغات گسترده و از بین 16 عامل ضعف نیز میتوان به عدم وجود تدارکات کافی جهت پیگیری امور برون سازمانی فشار شدید کاری و کمبود پرسنل- تعارض بین کارکنان و از بین 18 عامل فرصت می توان به امکان استفاده از دستگاه های خودپرداز و POS در فروشگاه ها توسعه فناوری ارتباطی با مشتریان بانکها- دیدگاه مثبت و مداوم نسبت به بانکهای قدیمی و با سابقه و از بین 16 عامل تهدید می توان به فشارهای دولت برای انجام بعضی اعمال مثل ادغام- بی اعتمادی مردم نسبت به فعالیت ها و خدمات الکترونیکی- تغییرات مستمر مقررات مربوط به نرخ سپرده ها اشاره کرد. سایر یافته های تحقیق نیز حکایت از آن دارد که راهبردهایی چون ایجاد و نوآوری و خلاقیت طرح های اعتباری و ارائه طرح های جدید با هدف اثر بخش شدن تسهیلات و ایجاد حسابهایی با سود بالا برای بانکها و افرادی که سرمایه بیشتری دارند و افزایش طرح تکریم ارباب رجوع و گسترش بازاریابی در جهت جذب مشتریان بالاترین اثر را در حفظ مشتریان دارا هستند.

کلمات کلیدی: حفظ مشتری، قوت، ضعف، فرصت، تهدید، ماتریس SWOT، بانک صادرات

کلیدواژه‌ها: کلمات کلیدی: حفظ مشتری، قوت، ضعف، فرصت، تهدید، ماتریس SWOT، بانک صادرات

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۱۲۱۵۹۵۲۰۳۸

تاریخ دفاع: ۱۳۹۷/۰۳/۱۰

رشته‌ی تحصیلی: مدیریت اجرایی

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: دکتر قاسم انوری