



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

عنوان مقاله: بدست آوردن رضایت مشتری در هنگام آشفته‌گی

مترجم: نبی الله نجاتی زاده

موضوع: مقالات ترجمه شده / مدیریت ارتباط با مشتری

سال انتشار (میلادی): 2012

وضعیت: تمام متن

منبع: پایگاه مقالات علمی مدیریت www.system.parsiblog.com

منبع انتشار اصل مقاله: J.D. Power and Associates (2011), US Retail Banking Satisfaction Study, J.D.

Associates, McGraw-Hill Companies, Westlake Village, CA, April 21, 2011. Power and

تهیه و تنظیم: پایگاه مقالات علمی مدیریت www.SYSTEM.parsiblog.com

چکیده:

هدف از این مقاله به ارائه بینشی بر اقدامات مورد نیاز توسط ماموران اداره اعتماد به بهبود رضایت مشتری در طول زمان از شرایط دشوار اقتصادی و نظارتی است. در مجموع ۹۶ افسران معتمد بانک واقع در ایالات متحده آمریکا با استفاده از یک پرسشنامه پست الکترونیکی بررسی شد. افزایش انطباق مقررات و مشکلات صنعت مالی در بین سالهای ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ تنها یک تاثیر منفی جزئی بر روی رضایت مشتری داشته است. موفقیت در حفظ سطوح رضایتمندی از مشتری متمرکز بر اقدامات اصلاحی که شامل بیشتر جلسات مشتری، بهبود الکترونیکی / چاپ ارتباطات پست الکترونیکی و ارائه اطلاعات مالی دوستانه بیشتر شده است. این مقاله سه توصیه به مدیران ارشد برای کمک به حفظ رضایت مشتری آنها ایجاد می کند: (۱) ادامه بر تمرکز بر اصولی از تمرکز مشتری (۲) استفاده از فن آوری های موجود و اورژانسی به ارائه پشتیبانی دوستانه از مشتری و (۳) به طور مداوم بررسی و به روز رسانی گزاره ارزش مالی ارائه شده به مشتریان است. این مطالعه درک و بینش کلی نسبت به مسائل مربوط به رضایت مشتری در اقتصاد متفاوت جاری و جوی منظمی فراهم می کند.

کلمات کلیدی: رضایت مشتری، حفظ مشتری، شرایط اقتصادی، صنعت بانکداری، خدمات مالی،

بیمه

مقدمه

به عنوان اثرات رکود ۲۰۰۸-۲۰۰۹ به امید کاهش [۱]، زمان مناسبی برای ارزیابی است، اقدامات موسسات مالی برای حفظ مشتریان در طی این دوره آشفته را توسعه داده است. هدف از این مقاله ارائه خلاصه‌ای از برخی از ابتکارات افسران معتمد بانک به عهده گرفته شده به جو این دوره است.

قبل از رکود، افسران اعتماد در حال حاضر به چالش کشیده بودند برای حفظ روابط مشتری مثبت به وسیله تقاضای مقررات بیشتر ناشی از پاسخ قوه مقننه به جنگ علیه ترور است. به عنوان مثال، قانون میهن پرستی نیروهای موسسات مالی به نیاز مشتریان تعدادی از اسناد جدید و پیچیده که به امضا رسیده بودند و ارائه افشا مالی شخصی است. علاوه بر این، مقررات اخیرا اجرا شده از خدمات فدرال و کمیسیون بورس و اوراق بهادار موسسات مالی را مجبور به توسعه و پیاده سازی سیاست های داخلی و روش هایی که اغلب منجر به بیگانگی و ناامیدی مشتری می شود کرده است. مثال دیگر: در برخی از مناطق مانند کالیفرنیا، آن برای مشتری به دست آوردن تضمین امضای ساده برای انتقال دارایی زیاد ممکن نیست. به بیان دیگر، " صدور گواهینامه مدالیون " توسط صنعت توسعه یافته است. این گواهینامه ها نیاز موسسات مالی را به حفظ ورود رسمی معامله، از جمله اثر انگشت مشتری، و نماد ورود به سیستم بیانیه ی اخیر که خود در نشان دادن ارزش دارایی ها به پشت انتقال می باشد. علاوه بر این، مشتری باید اسناد اضافی شخصی برای

معامله فراهم خواهد کرد. این نوع از تغییرات ایجاد فرصت بیشتر برای اشتباهات ایجاد شده می‌شود و برای انجام معاملات نیاز به وقت بیشتری بود از آنچه قبلاً انجام می‌شد.

علاوه بر این مقررات سختگیرانه تر، نخست بحران های فرعی، به نابودی اعتبار و سرنگونی مادوف به ازدیاد صنعت مالی از چالش های رضایت مشتری اضافه شده است. این جای تعجب نیست که قدرت JD بررسی سالانه از مشتریان بانکی کاهش رضایت مشتری از سال ۲۰۰۷ تا سال ۲۰۱۰ را نشان می‌دهد (پاور و همکاران، ۲۰۱۱). با این حال، در حال حاضر اوایل سال ۲۰۱۱ نتایج این تحقیق نشان می‌دهد رضایت مشتری بهبود خیلی اندکی فقط در چهار نقطه شاخص یافته است. این داده ها در یک مقیاس ۱۰۰۰ نقطه شاخص استوار است. بدیهی است از این گزارش و سایر گزارش های خبری قابل اعتماد که بانکها و سایر موسسات مالی مانند شرکت های بیمه همچنان با چالش رضایت مشتری که نمی‌توان نادیده گرفت مواجه هستند.

آموختن از گذشته

با توجه به آنچه در رکود اخیر اتفاق افتاد، مقدار قابل توجهی که به درک بهتر از شدت ناامیدی مشتری وجود دارد و چه اقداماتی برای بهبود وضعیت گرفته شده است. برای ارزیابی این اقدامات، مؤلفان یک تجزیه و تحلیل از مراحل افسران معتمد بانک به منظور حفظ و افزایش رضایت مشتری در طول این دوره دشوار انجام گرفت. نتایج یافت شده در این تحلیل بانکداری می‌تواند به راحتی به مناطق دیگر بخش مالی، از قبیل بیمه اعمال شود. هر یک از این دو بخش نیاز به روابط بلند مدت با تماس های فردی قابل توجهی است. (این گروه بانکداری خاص برای مطالعه انتخاب شد زیرا افسران معتمد بانک به تماس های مکرر و طولانی مدت با مشتری، به

منظور حفظ مشتری به سوی موفقیت حیاتی است) به طور خاص، اهدافی از این ارزیابی پروژه تعیین شده بود:

تا چه حد رضایت مشتری بهبود یا کاهش یافته است، در دشواری دوره دو ساله، ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹.
درک پاسخ دهندگان از هر گونه تغییرات در نگرش مشتریان به سمت سازمان که خدمات واقعی ارائه می دهند.

این تغییرات، در صورت وجود، در سطح دشواری کار و رضایت از طریق افسران معتمد مخاطب تجربه می کنند.

ابتکارات شخصی که افسران اعتماد مخاطب برای حفظ یا افزایش رضایت مشتری گرفته شده بود.

روش تحقیق

برای جمع آوری اطلاعات، پرسشنامه در ژانویه ۲۰۱۰ به ۱۳۳۹ افسران معتمد بانک واقع در سراسر ایالات متحده فرستاده شد، که نام آن را از یک لیست تجاری به دست آمد. پاسخ دهندگان به پاسخ ناشناس درخواست کرده بودند. پس از سه هفته، بدون پیگیری، ۹۶ افسران (۷٪) در پاسخ، یک بازگشت قوی برای این نوع ابزار ایمیل [۲].

داده های کمی توسعه یافته بودند تا حدی که مشتری پاسخ دهندگان احساس رضایت مشتری بهبود یابد و یا در دشواری دوره دو ساله کاهش یابد، ۲۰۰۹-۲۰۰۹، در رابطه با تغییر در:

. الزامات گزارش دهی فدرال/دولت ؛

. سیاست های بانک ؛

. افزایش در کار مقاله ؛

. انعطاف پذیری در به کارگیری سیاست های بانکی، هزینه ها/مجازات ؛

. قانون میهن پرستی ؛

. محصولات ارائه شده و

. سیاست های داخلی و روش ها.

علاوه بر این، پرسشنامه شامل سه سوال پاسخ باز در زمینه اطلاعات کیفی در فرآیندهای شرکت/گزارش ها، رضایت شغلی و خواسته هایی از مسائل دیگر پاسخ دهندگان که در سوالات قبلی ذکر نشده بود.

مخاطب نمونه در این مطالعه یک مرد بود، از برگزاری "معاون رئیس جمهور – افسر معتمد" در گروه سنی ۵۹-۵۰ با تجربه ۲۰-۱۶ سال از تجربه افسر معتمد، اداره کردن ۱۰۰ تا ۱۴۹ مشتری و نگه داشتن درجه لیسانس. (جزئیات از نمونه های جمعیت شناسی را می توان در جدول ۱ یافت)

نتایج کمی از رضایت مشتری و پیروی از مقررات، سیاست ها، مراحل و هزینه ها

پاسخ دهندگان برای پاسخ به یک سری از مسائل با استفاده از مقیاس عددی درخواست کرده بودند. برای مثال میتوان به سوال اول در شکل ۱ نگاه کنید.

پاسخ به تغییرات مختلف

تغییرات در الزامات گزارشی ایالتی یا فدرال. نتیجه امتیاز متوسط ۰,۷- نشان می‌دهد که تغییر در الزامات گزارشی فدرال و ایالتی تاثیر منفی جزئی بر روی رضایت مشتری دارد.

تغییرات در سیاست های بانک ها. نتیجه مقیاس متوسط ۰,۵-، باز هم هر گونه تغییر در سیاست های بانک ها تاثیر جزئی بر روی رضایت مشتری است. اقدامات نمونه گرفته شده برای پاسخگویی به تغییرات محدود کننده شامل ملاقات شخصی با مشتریان برای ارائه کاغذ بازی، این فایل نقد می نویسد: مروری بر مقررات مقررات یا توضیح روند اقتصادی. به نظر می رسد که تلاش های افسران معتمد در نمونه با مواجهه با چالش هایی برای رضایت از سقوط بشدت بیشتر نگه داشتند.

تغییرات در کاغذ بازی که مشتریان من کامل داشتند. نتیجه امتیاز متوسط ۱,۰- اگرچه تنها یک شیب منفی کمی در نمره معدل در مقایسه با مقوله های قبلی وجود دارد، داده های خام در پشت امتیاز قابل توجه ۳۰- هستند. هیچ اثری گزارش نشده و ۶۴ تا از درجه ها، اثر منفی بر رضایت مشتری گزارش شده است [۴]. به طور کلی، با توجه به نظرات مکمل ارائه شده، پاسخ دهندگان اقدام مستقیم برای دیدار با اغلب بیشتر مشتریان و/ یا افزایش اینترنت و/ یا ارتباطات پست الکترونیکی که سعی برای حفظ رضایت مشتری است. در زیر دو نمونه از هر دو رویکرد هستند. ملاقات با مشتری و وکیل با هم قبل از اجرای اسناد.

خبرنامه اطلاعات در صورت نیاز، فعال در برقراری ارتباط به مشتریان است.

تغییرات در انعطاف پذیری [مامور] من در اعمال سیاست های بانک. نتیجه امتیاز متوسط ۰,۴-، یک بار دیگر کاهش جزئی منفی است.

جدول ۱ (نظر سنجی جمعیتی پاسخ دهندگان)

تعداد پاسخ دهندگان	طبقات جمعیت شناختی
	جنس
۶۷	پسر
۲۸	زن
۱	عدم گزارش
	مواضع حرفه ای که در حال حاضر برگزار شد
۱	اعتماد معاون افسر
۱۶	افسر معتمد
۱۲	معاون رئیس جمهور
۲۶	معاون رئیس جمهور -- افسر معتمد
۱۶	معاون ارشد رئیس جمهور
۱۱	معاون ارشد رئیس جمهور -- افسر معتمد
۳	رئیس جمهور
۱۰	مورد
۱	عدم گزارش
	سن
۲	20-29
۴	30-39
	40-49
	۲۴
	50-59
	۲۳
	60-69
	۲۶
۴	+70
۳	عدم گزارش
	تعداد سال تجربه به عنوان افسر معتمد
۹	1 تا ۵
13	6 تا ۱۰
۱۳	11 تا ۱۵

۱۸	۲۰ تا 16
۱۴	21 تا ۲۵
۱۱	26-30
۷	31-35

ادامه جدول ۱ (نظر سنجی جمعیتی پاسخ دهندگان)

طبقات جمعیت شناختی

تعداد پاسخ دهندگان

۸	36-40
	+41
	۲
۱	عدم گزارش
	تعدادی از مشتریان در حال حاضر مدیریت
۲۱	1 تا ۴۹
۱۳	50 تا ۹۹
	100 تا ۱۴۹
	۱۶
۹	150 تا ۱۹۹
6	200 تا ۲۴۹
۳	250 تا ۲۹۹
۵	300 تا ۳۴۹
۵	350 تا ۳۹۹
۶	+400
12	عدم گزارش
	بالاترین سطح آموزش و پرورش
۳	بدون کالج
۱۴	برخی از کالج
۳۱	مدرک لیسانس
۴۵	فارغ التحصیل
۳	عدم گزارش

یادداشت: هیچ یک از نتایج سوالات متنوع به وسیله طبقات جمعیت شناختی

تشدید هزینه‌های بانک و مجازات. نتیجه مقیاس متوسط ۰,۸- . افزایش در اتهامات و مجازات خدماتی که کمی بیشتر از اثر منفی بر رضایت مشتری داشتند، که توسط افسران معتمد تصور می‌شد. برخی از بانک‌های جامعه در نمونه‌ای که قادر به حفظ یا بهبود رضایت مشتری با ننگه داشتن هزینه‌ها و مجازات‌های پایین‌تر از برخی رقبای بزرگتر خود است.

یکی با افتخار اظهار داشت: "ما یک سازمان معتمد مستقل هستیم، مکانی را متعلق به خود و اجرا کردیم. ما تصمیم‌گیری‌های خودمان را ایجاد کردیم، بدون نیاز به نامیدن HQ در ایالت دیگر". گزارش دیگر از مزیت رقابتی خود را به دلیل موسسات مالی بزرگتر برنامه‌دارایی‌های مشکل‌دار فدرال را دریافت کرد و مجبور به افزایش حداقل هزینه‌ها شد. در حالی که بدون تعهد، آنها قادر به حفظ هزینه‌های برنامه‌هاشان بودند.

تغییرات در الزامات در گزارش‌های فدرال مربوط به قانون میهن پرستی و/یا مقررات دیگر. نتیجه امتیاز متوسط ۱,۰- . در حالی که امتیاز به طور متوسط نشان می‌دهد برخی از کاهش‌نگران‌کننده در رضایت مندی داده‌های اساسی یک احساس منفی ۳۴- گزارش شده که هیچ اثری وجود نداشت، اما ۶۱ گزارش سطوح مختلف از تاثیر منفی است. در تلاش برای حفظ و یا بهبود رضایت مشتری در پرتوی از این چالش‌ها، کوشش‌ترین اقدام در جهت بهبود ارتباط با مشتریان از طریق "ارتباطات جدید مشتری خبرنگارها و سخنرانی‌ها" در حالی که چند نفر دیگر گزارش "افزایش سطحی از خدمات بالادست" دادند.

توانایی مشتریان برای درک محصولات ما ارائه می‌دهیم و تفاوت در محصولات که ما داشتیم. نتیجه امتیاز متوسط ۱,۰+ . اجماع جزئی در میان افسران معتمد که مشکلات نسبتاً کمی با نیازهای مشتریان در درک خطوط محصول و تفاوت محصول وجود دارد. ۵۲ نشان می‌دهد که آن

نگرانی کننده نیست در حالی که ۲۷ اشاره کرد برخی از بهبود مثبت و ۱۷ گزارش برخی از تاثیر منفی را در این سطح از روابط مشتری.

سیاست ها و روش های موسسه مالی من تبدیل شده اند بسیار بیشتر محدود، بسیار کمتر محدود کننده و یا تغییر نکرده است. نتیجه امتیاز به طور متوسط ۱,۳- . تعجب آور نیست، ماموران گزارش دادند که سیاست ها و روش ها در سازمان افسران معتمد، بسیار محدود در سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ تبدیل شده بود. در مجموع از ۶۷ گزارش، این وضعیت، در حالی که ۷ ، نشان دادند که هیچ تغییری در محدودیت های قرار داده شده در سیاست ها و رویه وجود نداشته باشد. از لحاظ اقدامات برای جبران این مشکل، یک مخاطب نوشت: "دولت تلاش بسیار کمی برای توضیح تغییرات نظارتی خود را به عموم مردم [و اثرات محدود کننده خود را در سیاست ها و روشهای شهودی مالی] آنها [مشتریان] اغلب شنیدن در مورد آن برای اولین بار از ما. "

اقدامات اصلاحی

میانگین معدل برای هشت مناطق عملیاتی اشاره در بالا، ۰,۷- بود. این به این معنی که افسران معتمد در نمونه به این نتیجه رسیدند که رضایت مشتری در طول سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ تغییر زیادی نکرده است. کاهش وجود دارد، اما با توجه به تحولات اقتصادی و اجتماعی آن زمان، یک نفر می تواند به آسانی پیش بینی کند که به طور متوسط ممکن است خیلی بیشتر به سمت منفی از مقیاس بوده باشد. این مشکل ممکن است مربوط به انواع اقدامات اصلاحی انجام شده توسط بخش اعتماد همانطور که در جدول ۲ نشان داده شده است.

شکل ۱

دردو سال گذشته ، تغییرات کلی در گزارش های مورد نیاز دولت و فدرال رضایت کلی مشتریانم با موسسه مالی من در بر داشت.

۴	۳	۲	۱	۰	-۱	-۲	-۳	-۴
---	---	---	---	---	----	----	----	----

بسیار تاثیر مثبت می گذارد									بسیار تاثیر منفی می گذارد
---------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	---------------------------

یادداشت‌ها: سوالات پس از آن با استفاده از همان جمله بندی ، اما هر یک از آیتم های زیر خط دار است .به شرح زیر به این سوال ، درج شده است. پاسخ دهندگان به دور یکی از نه انتخاب برای نشان دادن درک خود را از شدت تغییرات است .

نتایج کیفی، سوالات پاسخ باز پرسشنامه شامل سه سوال پاسخ باز است و ۶۹ درصد از پاسخ دهندگان هر دو پاسخ کوتاه و قابل توجهی به این سوالات ارائه دادند. این سوالات پرسیده شده برای مسائل دیگر در جزئیات سوالات پاسخ مستقیم پوشش داده نمی شوند، تغییرات در فرآیندها/ گزارش ها که بر رضایت مشتری و ابتکارات فردی پاسخ دهندگان به رضایت مشتری اثر گرفته است تاثیر دارد.

از این پاسخ پایان باز روشن است که افسران معتمد قابل ملاحظه ای افزایش استفاده از ارتباطات الکترونیکی پیشرفته، بیانیه ای گزارش های واضح تر و بیشتر فردی بازدیدکننده در طی سال های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ را به تلاش برای حفظ داده رضایت مشتری از سقوط آزاد است.

مشکل و رضایت کار افسران معتمد

دو سوال کمی متفاوت از سؤلهایی که در مطالعه مربوط به تغییر در سختی کار افسران معتمد در سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ مطرح شده است. با یک نتیجه امتیاز به طور متوسط از ۱,۷- ، توافق قابل توجهی که موقعیت افسر معتمد بود ، " تبدیل شدن بسیار بیشتر حرفه ای دشوار است." هجده مشکل نشان داده بود، " تغییر قابل توجهی نمی یابد،" ۷۶ گزارش شده مقداری در مشکل بزرگتر، و تنها دو افسر احساس کردند که بعضی از مشکل کاهش متوسطی وجود نداشته است.

آنها همچنین کاهش رضایت شغلی را گزارش دادند، و نشان دادن امتیاز نتیجه به طور متوسط از ۱،۰- است. مجموع از ۲۴ رضایت گزارش "تغییر معنی داری در بر نداشت، ۵۶ گزارش برخی از کاهش رضایت و ۱۶ گزارش برخی از افزایش در رضایت شغلی است.

یک معاون ارشد رئیس جمهور، مدیریت ۳۰۰ مشتریان توضیح می دهد، " کار من است [تبدیل به ارزش کمتری] با توجه به ذینفع تنبل، حریص، کاهش قیمت سهام و نرخ بهره بدبختی است."

حسن نیت مشتری

یکی سوال در مورد اینکه چطور حسن نیت مشتری تولید شده توسط بخش معتمد کل نهاد بانکی تحت تاثیر قرار می گیرند. نتایج تعجب آور شد که امتیاز به طور متوسط ۰،۳+ بود، یک درک جزئی مثبت بهبود یافت. این در تضاد با روند نزولی ملی داده های گزارش شده در بخش قبلی این مطالعه است. از افسران معتمد ۳۰ گزارش که هیچ تغییری در نگرش حسن نیت مشتری در سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ وجود نداشته است، ۲۵ گزارش کاهش و ۴۱ گزارش پیشرفت.

افسر معتمد ارائه داد اطلاعاتی که ممکن است با دیگران مشترک باشد، "رضایت مشتری ما خوب حفظ شده است، چرا که بانک های ما ساخته شده است تلاش زیادی برای ایجاد تغییرات راحت تر برای مشتریان است. [اما] زمان اضافی به ارائه خدمات بهتر مشتریان ما اثرات منفی مالی بانک است."

جدول ۲

شمار اقدام گزارش	اقدامات اصلاحی گرفته شده
۱۶	بهبود اینترنت ، الکترونیکی ، و ارتباطات پستی
۲۴	بهبود فرآیندهای معامله ، به عنوان مثال گزارش مشتری جدید دوستانه
۳۶	بیشتر ارتباطات فردی
۷	هشدار مشتریان به مقررات بیرونی جدید

یادداشت‌ها : بر اساس پاسخ‌های داده شده به سوالات باز و بسته از ۶۶ تا ۹۶ پاسخ دهندگان. برخی چندین اقدامات ارائه شد.

خلاصه

به طور متوسط ، ۹۶ افسر معتمد در کوهورت برای این گزارش به این نتیجه رسیدند که تغییر در فرایندهای عملیاتی تاثیر بسیار منفی بر توانایی خود را برای حفظ رضایت مشتری نداشته است. مشتریان، از دیدگاه این ۹۶ پاسخ دهندگان، آیا به نظر نمی رسد توجه بسیاری از پیچیدگی روز افزون ناشی از مقررات دولت افزایش داده است مانند قانون میهن پرستی، پابندی تنگتر به سیاست های بانکی، پیچیدگی بیشتر محصولات مالی، و غیره. این ممکن است به علت این واقعیت که اکثر مشتریان با این مسائل به طور مکرر روبرو نمی شوند و/ یا که بخش معتمد ممکن است محافظ مشتریان از پیچیدگی هایی که به وسیله پشتیبانی نزدیک آنها هنگامی که آنها با این نوع از مشکلات روبرو می شوند. به طور خلاصه، به نظر می رسد بررسی افسران معتمد به نظر می رسد دنباله رو و پند مربی معروف فوتبال باشد، وینس لومباردی، هنگام مشکل، زمان بیشتری را صرف تمرین اصول اولیه می کرد. مبانی برای افسران معتمد در حال افزایش هستند که استفاده از تکنولوژی مدرن برای برقراری ارتباط بهتر با مشتریان، توسعه بیشتر گزارش دوستانه تر و افزایش سطح تماس شخصی.

اما سوال عمده ای بزرگی است که چرا افسران معتمد را به استفاده حداکثر از این ابزارها قبل از آنها با رکود اقتصادی تقویت شوند به تمرکز شدید در استفاده از آنها مجبور شوند؟ شاید این مدیران باید هشدار را در مورد اقدامات اصلاحی مشتریان در طول زمان بیشتر محلی در نظر داشته باشند به طوری که تاثیر رکود اقتصادی ممکن است با تاثیر کمتر بر روی رضایت شغلی خود را کاهش بدهد.

بر اساس JD ۲۰۱۱ انرژی مطالعه، رضایت مشتری در بانکداری اخیرا کمی در سال گذشته بهبود یافته است، و یا حداقل کاهش نیافته است. به نظر می رسد ساخته شده است که تلاش افسران معتمد در طول اوج از رکود اقتصادی از برخی مشارکتها با کل رضایت مشتری بانک ساخته شده است. با این حال با افزایش چهار نقطه بر روی یک شاخص ۱۰۰۰ نقطه، بین دو تا از آخرین گزارش، باید فرصت های قابل توجهی در آینده به بهبود رضایت مشتری وجود داشته باشد.

در حال حاضر مدیران ارشد و معتمدان در بانک ها و سایر موسسات مالی سه مرحله شده است. اول این که مطمئن است از آنچه که در مورد تمرکز بر روی اصول آموخته شده است همچنان به صورت هایلایت شده داخلی است. اگرچه قدرت داده های JD نشان می دهد که رضایت مشتری را با "تعامل شعبه در شخص، ارائه محصول و اطلاعات حساب همه بهبود قابل توجهی یافته است، ممکن است تمایل تا حدودی سهل انگاری را با استفاده از اصول اولیه زمانی که شرایط اقتصادی بهبود یافته ای وجود داشته باشد.

دوم به استفاده از فن آوری های موجود و فوری (تلفن همراه، برنامه های رسانه ای اجتماعی و غیره) برای پشتیبانی از مشتری است که رایج و مشتری پسند است. فناوری نیز برای محافظت از مشتریان باید مورد استفاده قرار گیرد، تا حد امکان، هم از بودن با افزایش مقررات رعایت غرق شود. اگر چه بسیاری از مشتریان معتمد در داخل پرائتز سن بالاتر دارند، بانک ها نباید فرض کنند که با به کارگیری فن آوری های جدید مانند "برنامه ها" در تلفن های هوشمند/کامپیوتر تبلتی که ناخوشایندی را به سبد سرمایه گذاری محصول خود و ابزار خدمات مشتری به همراه دارد.

سوم این است که مطمئن شویم که گزاره ارزش مالی ارائه شده به مشتریان جذاب است. همانطور که ماهیت صنعت خدمات مالی، به خصوص در منطقه معتمد، با تغییرات مداوم در الزامات قانونی تحت تأثیر قرار می‌گیرد، بانک‌ها به طور مداوم به روز رسانی "ویژگی‌هایی" از ارائه محصول معتمدشان نیاز دارند. در حالی که ارائه "همان چیز قدیمی" ممکن است یک مسیر به موفقیت‌های جاری در گذشته داشته باشد، شواهد زیادی وجود دارد که تغییرات در سال‌های آینده تأثیر مکرر و بیشتری خواهد داشت. مثل همیشه، (قیمت، محصول، مکان و ترویج) از گزاره ارزش بازاریاب که به خوبی باید با تراز وسط با اطمینان از حمایت مداوم مشتری، وفاداری و رضایت احتیاج است.



این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

لیست مقالات ترجمه شده ✓

لیست مقالات ترجمه شده رایگان ✓

لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI ✓

سایت ترجمه فا ؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معتبر خارجی