

## بررسی ارزش ویژه برند در شعب منتخب بانک ملی

محسن ترابی کمال

کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی گرایش استراتژیک دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران - همدان

### چکیده

در دنیای کنونی به دلیل وجود فشارهای رقابتی شدید، یکی از مهم‌ترین راهبردهایی که سازمان‌ها از طریق آن می‌توانند به مزیت رقابتی پایدار دست یابند، بهبود کیفیت خدمات‌شان است. بررسی در این زمینه نشان می‌دهد که بهبود کیفیت خدمات، نتایج ارزنده‌ای برای سازمان‌ها به همراه داشته و سرانجام منجر به رضایت و وفاداری مشتریان، کسب سهم بازار بیشتر و سودآوری بالاتر سازمان می‌شود. پژوهش حاضر با هدف بررسی ارزش ویژه برند، در شعب منتخب بانک ملی انجام گرفته است. به سبب حضور بانک‌های خصوصی در عرصه‌ی بانکداری داخلی، حجم و شدت رقابت افزایش یافته است. به همین دلیل توجه به جنبه‌های مختلف بازاریابی، نظیر مشتری‌مداری، تحقیقات بازار، مدیریت برند، کیفیت خدمات و غیره ضرورت می‌یابد. به ویژه موضوع برند که مکانیسمی جهت دستیابی به مزیت رقابتی در بانک ملی می‌باشد. نتایج حاصل شده عبارت است از: کیفیت خدمات الکترونیکی بر ارزش ویژه برند، در شعب منتخب بانک ملی استان همدان تاثیر دارد و وفاداری، بر ارزش ویژه برند در شعب منتخب بانک ملی استان همدان تاثیر دارد.

واژه‌های کلیدی: برند، وفاداری، ارزش ویژه برند، بانک ملی

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۶، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۹، صفحات ۵۷-۷۸