

الآية



قال تعالى:

(اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (1) خَلَقَ
الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (2) اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (3) الَّذِي
عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (4) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (5))

صدق الله العظيم

سورة العلق آية (1-5)

الإهداء

إلي

من اعطاني الحياة بعد ربى وعلمني معنى العيش
فيها

(أمى وابي الأعزاء)

إلي

أشقائي وسندي في الحياة

إلي اساتذتي وزملائي

الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على
أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه
أجمعين, الشكر أجزله لله تعالى أولاً والذي بأمره
يقضي كل شئ, و اتقدم بخالص الشكر والتقدير
إلي ذلك الصرح العظيم الشامخة العريقة جامعة
السودان للعلوم والتكنولوجيا وكذلك كلية
الدراسات التجارية قسم إدارة المعلومات كما
لا يفوتني أن أشكر الدكتور المشرف على هذا
البحث د/ **الطاهر احمد محمد علي** لتكرمه بالإشراف على
هذا البحث ولما قدمه لنا من نصح وتنوير قادنا
إلى إكماله ولما تكبده معى حتى الوصول إلي
نهايته بآرائه وخبراته الواسعة فقد كان بحق
مشرفاً ومعلماً وإنساناً قدم لى ولم يبخل علي
فأسأل الله أن يجعله دوماً سراجاً منيراً.

كما نشكر أساتذتنا الأجلاء بجامعة السودان
للعلوم والتكنولوجيا - كلية الدراسات
التجارية لما قدموه من علم ومساعدة لوصولنا
هذه الدرجة التعليمية المتميزة .

وجزى الله الجميع عنا كل الخير.

مستخلص الدراسة

تمثل عملية إدارة علاقات العملاء تحدياً كبيراً يواجه المصارف وذلك نسبة للدور المحورى الذى تلعبه فى عملية المحافظة على العملاء وكسب ولائهم ، لذلك تعاني كثير من المصارف صعوبة فى ايجاد نظام لإدارة علاقاتها مع العملاء، هدفت هذه الدراسة الى معرفة العلاقة بين نظام إدارة علاقات العملاء وولاء العملاء حيث تمثلت مشكلة الدراسة فى أن التغير السريع فى سلوك العملاء وصعوبة المحافظة على درجة ولاء العملاء تجاه المنظمة وكيفية الاستجابة للتغيرات التى تطرأ على رغبات وحاجات العملاء. ولأغراض هذه الدراسة تم إستخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من مجتمع الدراسة الذى يتكون من العاملين بالبنك السودانى الفرنسى .وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج :

1. يساعد تطبيق نظام ادارة علاقات العملاء على تنفيذ استراتيجية المؤسسة

2. تطبيق نظام ادارة علاقات العملاء يكسب البنك ميزة تنافسية

3. يساعد نظام ادارة علاقات العملاء على تحديد العملاء الاكثر ربحية

كما اوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات منها:

1. ضرورة تطوير إنظمة إدارة علاقات العملاء وتحديثها بما يتوافق مع متطلبات العميل

2. على المصارف ايجاد وتوفير القدرات اللازمة لادارة نظام ادارة علاقات العملاء

3. ضرورة ان يقوم البنك بربط خطط واستراتيجيات البنك مع نظام ادارة علاقات العملاء

كما اوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات ببحوث مستقبلية منها:

دراسة العلاقة بين تطبيق نظام ادارة علاقات العملاء ورضا العملاء .

Study Abstract

The Process of customer relationship management represents a major challenge facing the banks for the fundamental role that it Plays in the Process of maintaining of customers and gaining their loyalty. Thus ,many banks suffer from the difficulty of finding a system to manage its relationship with customers .

This study Aimed to know the relationship between the system of customer relationship management and customer loyalty ,there was the Problem of the study .it that the rapid change in customer behavior and the difficulty of maintaining the degree of customer loyalty towards the Organization and how to respond to the changes that occurs in the wishes and needs of the customer .for the purpose of this study the questionnaire was used as a key tool for the collection of data from the society which consists of Sudanese French Bank workers .The study has come to the set of results:

1. Applying of customer relationships system helps in managing the implementation of corporate strategy.
2. Applying of customer management relationship system make the bank earns a competitive advantage.
3. Customer relationship management helps in identifying the most Profitable customers.

The study also recommended a set of recommendations including:

1. the need for developing and updating of customer relationship management system in order to adapt the requirements of clients.
2. Banks to find and provide the necessary capacity to manage the customer relationship management system.
3. The bank has to link the bank plans and strategies With customer relationship management system.
4. The study has recommended other recommendations concerning future researches such as ..
5. Studying the relationship between the application of CRM system and customer satisfaction.

فهرس الموضوعات

الرقم	الموضوع	رقم الصفحة
1	الايه	أ
2	الإهداء	ب
3	الشكر	ج
4	مستخلص الدراسة	د
5	Abstract	هـ
6	فهرس الموضوعات	و
7	فهرس الجداول	ح
8	فهرس الاشكال	ي
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة		
9	المبحث الأول: خطة الدراسة	5 - 1
10	المبحث الثاني: الدراسات السابقة	11 - 6
الفصل الثاني: الإطار النظري		
11	المبحث الأول: إدارة علاقات العملاء	31 - 13
12	المبحث الثاني: الولاء في العملية الإدارية	44 - 32
الفصل الثالث : الدراسة الميدانية		
13	المبحث الأول :نبذة تعريفية عن المصرف السوداني الفرنسي	59-47
14	المبحث الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية	71-60

	المبحث الثالث: تحليل البيانات واختبار الفرضيات	15
73-72	النتائج والتوصيات	16
75-74	المراجع	17
85-76	الملاحق	18

فهرس الجداول

الرقم	الموضوع	رقم الصفحة
1	جدول رقم(1-2-3) التوزيع التكرارى لأفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع	48
2	جدول رقم(2-2-3) التوزيع التكرارى لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر	49
3	جدول رقم(3-2-3) التوزيع التكرارى لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمى	50
4	جدول رقم(4-2-3) التوزيع التكرارى لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الدرجة الوظيفية	51
5	جدول رقم(5-2-3) التوزيع التكرارى لأفراد عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة	52
6	جدول رقم(6-2-3) قائمة بأسماء وعناوين محكمى الدراسة	54
7	جدول رقم(7-2-3) الثبات والصدق الاحصائى لأجابات افراد العينة	56
8	جدول رقم(8-2-3) التوزيع التكرارى لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الاولى	57
9	جدول رقم(9-2-3) التوزيع التكرارى لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية	58
10	جدول رقم(10-2-3) التوزيع التكرارى لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثالثة	59
11	جدول رقم(1-3-3) الوسيط لإجابات افراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الاولى	60
12	جدول رقم(2-3-3) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للاجابات على عبارات الفرضية الاولى	62
13	جدول رقم(3-3-3) الوسيط لإجابات افراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية	64

66	جدول رقم (3-3-4) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثانية	14
68	جدول رقم (3-3-5) الوسيط لإجابات افراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثالثة	15
	جدول رقم (3-3-6) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثالثة	16

فهرس الاشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	شكل رقم (1) مفهوم التسويق الحديث لإدارة علاقات العملاء	
2	شكل رقم (2) مراحل إدارة علاقات العملاء	19
3	شكل رقم (2) نموذج زبائن للابد	40
4	شكل رقم (3-2-1) التوزيع التكرارى لأفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع	48
5	شكل رقم (3-2-2) التوزيع التكرارى لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر	49
6	شكل رقم (3-2-3) التوزيع التكرارى لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمى	50
7	شكل رقم (3-2-4) التوزيع التكرارى لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الدرجة الوظيفية	51
8	شكل رقم (3-2-5) التوزيع التكرارى لأفراد عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة	52