

## عنوان مقاله:

مهندسی مجدد فرایندهای عملیاتی و پشتیبانی فروش شرکت سایپا با تمرکز بر اولویتهای رضایتمندی مشتریان

## محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

## نویسندگان:

فرزاد نشان - کارشناس ارشد مهندسی صنایع

حسن فروزان مهر - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه اصفهان

## خلاصه مقاله:

یکی از اهداف عمده مهندسی مجدد جلب رضایت مشتری است و امروزه سازمان ها پذیرفته اند که نیروهای برتر در رابطه میان فروشنده و مشتری جای خود را عوض کرده و فروشنده دیگر دست بالا را ندارد و این مشتری است که به چنین برتری رسیده است و نیازهای خود را به فروشنده دیکته می کند. در مجموع سازمانهای مجری مهندسی مجددی برای تامین رضایت مشتری سه فرایندویژه را مدنظر قرار می دهند پیش بینی نیازهای مشتری، پاسخگویی سریع به نیازها، پدید آوردن و عرضه محصولات جدید یکی از تحولات تازه در دنیای مدیریت که در دهه 90 و بعد از مدیریت کیفیت فراگیر جهت افزایش سهم بازار، سود و منافع و هماهنگی با تغییرات محیطی موسسات مطرح شد مهندسی مجدد می باشد با توجه به تغییرات روزافزون در دنیای کسب و کار تغییر در مشتری ها رقبا و ماهیت تغییر می بایست که موسسات به ابزاری نظیر مهندسی مجدد که لازمه عصر فراصنعتی می باشند مجهز شوند.

## کلمات کلیدی:

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/100512>

