

## عنوان مقاله:

علل ریزش مشتریان و روش های جذب مشتری در بخش ADSL مخابرات

## محل انتشار:

هفتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم انسانی، مدیریت و کارآفرینی ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

آرمان بهاری - دکتری تخصصی، عضو هیئت علمی و استادیار گروه مهندسی صنایع، دانشکده صنعت و معدن، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

ساره فیروزی - مهندس برق مخابرات، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات گرایش کسب و کار، دانشکده آموزش های الکترونیک، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

## خلاصه مقاله:

هیات وزیران در جلسه مورخ 1385/04/17 با ابلاغ سیاست های کلی اصل 44 از سوی مقام معظم رهبری، خصوصی سازی بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات را با توجه به احکام مندرج در برنامه چهارم توسعه اقتصادی اعلام کرد و شرکت مخابرات عملاً در تاریخ 1387/04/20 وارد بازار بورس گردید، با خارج شدن مخابرات از حالت انحصاری و ورود رقبا به این عرصه، شرکت برای سوددهی بیشتر، ماندن در بازار رقابت و حفظ ارزش برند باید برای مدیریت مشتریان و تحلیل رفتار آنها در جهت حفظ و جذب مشتری بیشتر و جلوگیری از ریزش و همین طور رضایت مشتریان، اهمیت ویژه ای قائل باشد. این مقاله به بررسی پژوهش هایی پرداخته است که در راستای مدیریت مشتریان، تحلیل رفتار مشتری، حفظ مشتریان وفادار و روش های جذب و جلوگیری از ریزش مشتری در شرکت مخابرات تحقیقاتی انجام داده اند و با مقایسه این پژوهشها بهترین پیشنهادها ارائه شده است.

## کلمات کلیدی:

تقسیم بندی مشتریان، ریزش مشتری، جذب مشتری، مخابرات، اینترنت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1027966>

