

عنوان مقاله:

شبکه نگاری، رویکردی نوین در تحلیل نیاز گردشگران: مطالعه موردی هتل گرند شرایتون در سایت Trip Advisor

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

سیدمهدی میرمهدی - استادیار مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه ملایر، ایران

دانیال مولایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت علوم انسانی، دانشگاه ملایر، ایران

خلاصه مقاله:

نظرات گردشگران را میتوان به عنوان منابعی برای مدیریت بهتر و ارائه خدمات به مشتریان هتلها دانست و بازخوردهای خوبی از آنها دریافت کرد. همچنین رجوع به این سایت ها و صفحات شبکه های اجتماعی و خواندن این نظرات در شکل گیری تاثیرات اولیه در مورد هتل مورد نظر میتواند موثر باشد. مصرف کنندگان از فضای مجازی برای مقایسه خدمات و کالاهای مختلف استفاده میکنند که خدمات گردشگری و رزرو هتل هم میتواند در این دسته قرار بگیرد. در این زمینه تبلیغات دهان به دهان لاکترونیکی تاثیری زیادی بر نگرش و رفتار خرید مصرف کنندگان دارد. امروزه دریافت بازخود از نظرات مسافران در سایت Trip Advisor منبع اطلاعاتی مهمی برای مدیران هتل ها تبدیل شده و تبلیغات دهان به دهان لاکترونیکی تاثیر زیادی در تصمیم مشتری در انتخاب هتل دارد. روش تحقیق این پژوهش روش کیفی شبکه نگاری میباشد که نوعی روش مردم نگاری است که با استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی صورت میگیرد. در این پژوهش با استفاده از شبکه نگاری، تحلیل نظرات مسافران از هتل گرند شرایتون دبی انجام گرفت و تحلیل نظرات با استفاده از تحلیل تم انجام شد. پس از انجام تحلیل نظرات در تم های مشخصی قرار گرفت. تم های اصلی بدست آمده شامل موارد: زیبایی هتل، موقعیت مکانی، کارکنان هتل، خدمات رسانی و ارزش در مقابل هزینه است. همچنین موارد قابل توجهی که مدیریت هتل در پاسخگویی به این نظرات داشته است شامل پاسخگویی سریع و به موقع، قدردانی بابت به اشتراک گذاشتن تجربیات اقامت، اطمینان در رفع مشکل و سعی بر جبران میباشد.

کلمات کلیدی:

مرور آنلاین، شبکه نگاری، مردم نگاری، تجربه مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1033240>

