

عنوان مقاله:

ارزیابی کیفیت ارتباط فروشندگان با مشتریان در فروشگاههای زنجیره ای شهرستان کرمان

محل انتشار:

اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

علی ملاحسینی - دانشیار بخش مدیریت دانشگاه شهید باهنر کرمان

هاشم شریفی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه شهید باهنر کرمان

بهرام جبارزاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه شهید باهنر کرمان

خلاصه مقاله:

دنیای رقابتی امروز جولانگاه تلاش مستمر سازمانها در جهت جذب و حفظ مشتریان شده است. در این راستا سازمانها در تلاش هستند تا با راهکارهای کاربردی این مهم را محقق سازند. ارتباطات نقش بسیار مهمی در این زمینه ایفا می کنند. سازمانها می کوشند تا ارتباطات بلند مدت و ادامه دار با مشتریان برقرار کنند تا از آن طریق بتوانند آنها را وفادار نمایند. کیفیت تعاملات شخصی بین مشتریان و کارمندان فروش شرکت، تاثیر مهمی در این زمینه ایفا می کند. این مقاله در صدد است تا تاثیر کیفیت تعاملات شخصی را بر وفاداری مشتریان بررسی نماید. نتایج این تحقیق تاثیر ارتباطات بازاریابی را بر وفادار نمودن مشتریان تایید می کند. همچنین کیفیت ارتباطات بر وفاداری مشتری تاثیر بسیار زیاد دارد. کیفیت تعاملات شخصی با مشتریان نیز در این زمینه نقش مهمی ایفا می کند. جامعه مورد مطالعه در این تحقیق مشتریان فروشگاههای زنجیره ای شهرستان کرمان می باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران 250 نفر محاسبه و جمع آوری داده ها از طریق پرسشنامه صورت گرفته است.

کلمات کلیدی:

کیفیت ارتباط، کیفیت تعاملات شخصی، وفاداری مشتری،

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/108710>

