

عنوان مقاله:

کیفیت ارائه خدمات و راهکارهای اجرایی حفظ مشتری

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت بهره وری و کیفیت در نگرش جهانی شدن (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسنده:

احمد روستا - دکترای مدیریت از دانشگاه برادفورد انگلیس عضو هیئت علمی دانشگاه شهید ب

خلاصه مقاله:

با توجه به مشابهت و نزدیکی زیاد کالاها به دلیل امکان استفاده از تکنولوژی های نوین پیش بینی می شود که رقابت آینده در بازارها رقابت مبتنی بر کالاها نخواهد بود بلکه رقابت مبتنی بر خدمات فراگیر خدمات قبل در جریان و بعد از فروش می باشد مزیت یابی و مزیت شناسی در زمینه خدمات فراگیر مهمترین وظیفه همه سازمان ها و شرکتهایی است که رقابت را باور داشته و علاقمندند تا در صحنه کسب و کار ماندگار و پایدار باشند. یکی از مهمترین وظایف همه شرکتهای حفظ مشتریان است و لازمه حفظ مشتریان در شرایط رقابت مدیریت مشتریان راضی و ناراضی است شرکت ها برای حفظ مشتریان خود از تکنیکها ابزارها و روشهای گوناگونی استفاده می کنند که انتخاب و استفاده از آنها با نوع فعالیت و خدمات شرکت نوع مشتریان بویژه مشتریان هدف و شرایط رقبا و دادوستد ارتباط دارد. به نظر نگارنده مدیریت مشتریان می تواند نوعی مزیت رقابتی برای شرکتهای به شمار آید که خود شامل مجموعه ای از عوامل رفتاری و ابزاری است.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/113225>

