

عنوان مقاله:

بررسی وفاداری مشتریان و تبیین انواع رویکردهای وفاداری

محل انتشار:

دومین کنفرانس علمی پژوهشی روانشناسی، مشاوره، علوم تربیتی و علوم اجتماعی و علوم انسانی (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

فرید آقاجانی - استادبار گروه مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی سناباد گلپهار، گلپهار، ایران

علی فرجامی یدکی - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی سناباد گلپهار، گلپهار، ایران

خلاصه مقاله:

وفاداری مشتریان، یکی از موضوعاتی است که امروزه از دیدگاه مدیران اهمیت بسیار زیادی دارد. یک مشتری وفادار فزون بر آنکه به دفعات جهت خرید محصولات و یا استفاده از خدمات به سازمان مورد علاقه خویش مراجعه می کند، به عنوان یک عامل مضاعف در مزینه تبلیغ محصولات و خدمات سازمان، از طریق توصیه و سفارش به خویشاوندان، دوستان و یا سایر مردم، نقشی حائز اهمیت در ارتقای میزان سودآوری و بهبود تصویر سازمان در ذهن متشریان بالقوه ایفا می نماید(دادخواه، 1388).

کلمات کلیدی:

وفاداری مشتریان، رویکردهای وفاداری مشتریان، انواع وفاداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1133881>

