

عنوان مقاله:

نقش مدیریت ارتباط با مشتری در پویائی رقابتی باشگاه های EMS خانمها در شهر اصفهان

محل انتشار:

کنفرانس ملی تازه های علوم ورزشی و سلامت (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

ملیکا ایروانی - دانشجو دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان

هنگامه شمس - دانشجو دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان

داود نصر اصفهانی - دکتری مدیریت ورزشی مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش، واکاوی و بررسی نقش مدیریت ارتباط با مشتری در پویائی رقابتی باشگاه های EMS خانم ها در شهر اصفهان است. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و براساس ماهیت و روش انجام آن توصیفی - همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش، خانمهای استفاده کننده از ورزش EMS در باشگاه های شهر اصفهان می باشند که براساس نمونه گیری خوشه ای تعداد 181 نفر از آنها از طریق روش های آماری و نمونه گیری به عنوان حجم نمونه آماری به منظور انجام این تحقیق انتخاب شده اند. نتایج ویافته های این تحقیق نشان می دهد که ارتباط معناداری بین مدیریت ارتباط با مشتری (مشتری گرائی) و عوامل و مولفه های اثرگذار نظیر تجهیزات و امکانات، حسن برخورد کارکنان باشگاه، ارائه خدمات ویژه به مشتریان نظیر پذیرائی بر مقوله مشتری گرائی با پویائی رقابتی در بین خانم های ورزشکار در رشته EMS وجود دارد و هر اندازه که بتوان در ارتقاء سطح رضایتمندی ورزشکاران با استفاده از مولفه های موجود نظیر تبلیغات و اثربخشی آن در امورات زندگی تلاش نماییم می توان در جذب حداکثری ورزشکاران (خانم) موفق بود.

کلمات کلیدی:

مدیریت ، مشتری، پویائی، رقابتی، باشگاه EMS، وفاداری، ماندگاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1157097>

