

عنوان مقاله:

به کارگیری رویکرد تلفیقی روش شناسی کیو و مهندسی کانسی در مرحله شناسایی خواسته های مشتریان و گروه بندی آن ها

محل انتشار:

مجله چشم انداز مدیریت صنعتی، دوره 6، شماره 3 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

امیر نصیرائی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.

علیرضا پویا - دانشیار، دانشگاه فردوسی مشهد.

محمد لگزیان - دانشیار، دانشگاه فردوسی مشهد.

خلاصه مقاله:

مهندسی کانسی ابزاری کارآمد برای شناسایی نیازهای احساسی کاربران و استفاده کنندگان کالاها است که چندین مرحله دارد. در مرحله شناسایی و دسته بندی واژگان احساسی در مهندسی کانسی، ابزار متفاوتی توسط پژوهشگران مختلف به کار گرفته شده است که رویکرد کمی و کیفی و بیشتر کیفی دارد. در پژوهش حاضر از روش کیو بدین منظور استفاده شده است. به کارگیری این روش به علت توانایی زیاد در درگیر کردن کامل مشارکت کننده با گویه ها (صفات کانسی) که به دقت زیاد آن منجر می شود و پی بردن به عمق ذهنیت مشتری از محصول بسیار سودمند است. بدین منظور پس از انتخاب حوزه گفتمان کیو، یعنی طراحی داخلی خودرو و قطعه کنسول مرکزی در پژو پارس، تعداد ۳۶ واژه کانسی پس از ایجاد فضای گفتمان گردآوری شد و با نمونه گیری هدفمند ۲۶ نفر از مشتریان انتخاب و جمع آوری نظرات و تحلیل عاملی کیو انجام شد. نتایج، ۹ دسته ذهنیت کاربران خودرو را نشان داد که برای هر ذهنیت، مرتب سازی صفات احساسی به گونه ای متفاوت بود؛ درنهایت مشخص شد که الگوهای ذهنی کارکنان، بیشتر بر خوشایند بودن کنسول مرکزی و نیاز به نوآوری در آن متمرکز است.

کلمات کلیدی:

طراحی محصول، مهندسی کانسی، واژگان کانسی، روش شناسی کیو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1304247>

