

عنوان مقاله:

تجزیه و تحلیل و اولویت بندی بهینه نیازهای مشتریان: «QFD در KANO رویکرد مدل ادغامی

محل انتشار:

پژوهشنامه بازرگانی، دوره 13، شماره 49 (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسندگان:

صفر فضلی - استادیار دانشگاه بین المللی امام خمینی

مهدی علیزاده - کارشناس ارشد مدیریت صنعتی

خلاصه مقاله:

کیفیت محصول و خدمات جنبه مهم رضایت مشتری است. سطح رضایت مشتری به عنوان یک ابزار مهم در ترجمه QFD بسته به برآورده کردن نیازهای مشتری دارد و صدای مشتری به تولید محصول است. از آنجایی که درمورد هر یک از نیازها، سطح رضایت مشتریان متفاوت است بنابراین مهم است بدانیم کدام مشخصه یا ویژگی، بیشترین مشتریان را راضی نگه می دارد. مدل کانو، الزامات اساسی و انگیزشی و عملکردی موثر در رضایت مشتری را تعیین مورد استفاده قرار گیرد تا این اطمینان حاصل QFD می کند و می تواند در ماتریس شود که اغلب نیازها و خواسته های مهم و بحرانی مشتریان مورد توجه قرار گرفته است. اما ادغام این دو مدل باعث می شود که تجزیه و تحلیل، طبقه بندی و اولویت بندی خواسته ها و نیازهای مشتریان بهتر انجام گیرد که این امر منجر به ارائه محصولات یا خدماتی منطبق با خواسته ها و نیازهای مشتریان می شود. QFD در KANO مقاله حاضر با هدف شناخت و بررسی متدولوژی مدل ادغامی در زمینه تجزیه و تحلیل و اولویت بندی نیازهای مشتریان نوشته شده است. همچنین مبانی و مفاهیم این متدولوژی، کارکرد آن در اولویت بندی نیازهای مشتریان و مراحل این روش می پردازد. در پایان برای تست مدل ارائه شده، نتایج حاصل از به کارگیری مدل در یک مطالعه موردی نشان داده می شود.

کلمات کلیدی:

مدل کانو / ماتریس برنامه ریزی خانه کیفیت / ندای مشتری / QFD

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1382645>

