

عنوان مقاله:

اندازه‌گیری رضایتمندی مشتریان با رویکرد فازی

محل انتشار:

اولین همایش تخصصی سیستم‌های هوشمند کامپیوتری و کاربردهای آنها (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

کیوان شاهقلیان - استادیار گروه علمی مهندسی صنایع دانشگاه آزاد اسلامی واحد زاهدان

علیرضا شهرکی - استادیار دانشگاه سستان

حامد سالاری - کارشناس ارشد گروه علمی مهندسی صنایع واحد زاهدان

خلاصه مقاله:

امروزه بنگاه‌هایی درکسب سود موفق می‌گردند که در جلب رضایت مشتریان خود در بازارهای هدف بیشتر تلاش نمایند خریداران امروزه با انبوهی از محصولات مواجه هستند و انتظارات آنها در مورد کیفیت کالاها و خدمات با گذشته تفاوت زیادی دارند با توجه به این واقعیت ها خریداران کالاها و خدماتی را انتخاب خواهند کرد که با نیازها و انتظارات آنها مطابقت بیشتری داشته باشد مشتری و جلب رضایتمندی او از موضوعات کلیدی است که در دنیای رقابتی حاضر می‌تواند موجبات ترقی یک مجموعه را فراهم آورد در این راستا توجه به اینکه چه مواردی میتواند در افزایش رضایتمندی مشتریان بصورت دقیق تر و کاملتر موثر باشد ضروری و حائز اهمیت است تحقیق حاضر به منظور شناسایی اندازه گیری و اولویت بندی عوامل موثر بر رضایتمندی در نرد مشتریان شرکت فراورده های لبنی آفرین و همچنین مقایسه نتایج بدست آمده از تکنیکهای منطق فازی و کلاسیک و راهکارهای عملی در جهت بکارگیری عوامل موثر بر میزان نگهداری مشتریان و ایجاد رضایتمندی در مشتریان صورت گرفته است.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، رویکرد فازی، اندازه‌گیری، فراورده های لبنی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/139251>

