

عنوان مقاله:

ارزیابی تجربه مشتری در هایپرمارکت های کشور

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت و کسب و کار (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

آریانا دبیری فرد - گروه مدیریت اجرایی واحد علوم و تحقیقات فارس دانشگاه آزاد اسلامی شیراز فارس ایران

مهرناز امیری دوانی - گروه مدیریت اجرایی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

مینا اخباری آزاد - گروه مدیریت آموزشی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

متخصصان بازاریابی تجربه مشتری را به عنوان وسیله ای برای تفکیک می دانند. تجربه مشتری برای خرده فروشان چالش برانگیز است، زیرا تحت تاثیر عواملی است که خرده فروش می تواند کنترل و عناصری را که فراتر از کنترل آن هاست، کنترل کند. این مقاله به تجربه خرید مشتری در هایپرمارکت ها اشاره می کند و نشان می دهد که انواع کالا، تعامل با کارکنان و محیط فروشگاه داخلی و احساسات و هیجانات مشتریان با رضایت آنها، به صورت فزاینده رابطه مثبت و معنی داری دارند. رضایت مشتری رابطه مثبت قوی با قصد مراجعه مجدد دارد. هایپرمارکت ها برای رقابت مجبور بودند در پیشنهادات خود به مشتری تجدید نظر کنند و استراتژی هایی را اجرا کنند که رقبای را برای تقلید به چالش بکشند و راه پیشرفت آنها را سد کنند. به همین منظور می بایست به جای استراتژی های سنتی از استراتژی هایی برای رقابت موفقیت آمیز استفاده کنند و محصولات و خدمات خود را از دیگر رقبای جدا کنند. لذا به بهبود ارزش کالا، قیمت، نوع برخورد کارمندان و ... پرداختند. هدف این تحقیق طراحی مدلی به منظور ارزیابی تجربه مشتری در هایپرمارکت های کشور است که براساس آن ۱۸ فرضیه مطرح گردیده است. این تحقیق از نظر هدف یک مطالعه کاربردی و از جهت ماهیت توصیفی همبستگی است. جامعه این تحقیق کلیه مشتریان هایپرمارکت های کشور می باشد. نمونه گیری به وسیله قاعده سرانگشتی ۹۰ نفر انتخاب شده است. تمامی ۱۸ فرضیه مورد تایید قرار گرفت. به عبارت دیگر، نتایج حاصله نشان دادند میان (ظاهر فیزیکی کارکنان، ارزش کالا، محیط ورودی فروشگاه، تنوع محصولات، حضور و تعامل با دیگر مشتریان، قیمت، کیفیت خدمات) و رضایت مشتری، رابطه مستقیم وجود دارد

کلمات کلیدی:

تجربه مشتری، ارزش کالا، تنوع محصولات، کیفیت خدمات، رضایت مشتری، قصد مراجعه مجدد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1394477>

