

عنوان مقاله:

ارزیابی عوامل موثر بر مشتری محوری متصدیان خدمات شرکت ایرانسل با رویکرد استفاده از الگوهای لاجیت

محل انتشار:

اولین کنفرانس مدیریت، مهندسی صنایع، حسابداری و اقتصاد (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

صدف کریمی - گروه مدیریت کسب و کار، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

نازنین پیله وری - گروه مدیریت کسب و کار، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

بابک فرهنگ مقدم - گروه مدیریت کسب و کار، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

صنعت مخابرات، صنعتی است که اقتصاد جهانی را متاثر کرده است و در حال تبدیل شدن به یکی از مهم ترین صنایع در جهان می باشد. مشتریان به دلیل ماهیت ناملموس و تعاملی خدمات، هنگام قضاوت درباره کیفیت یک خدمت اغلب بر رفتار کارکنان ارائه دهنده خدمات توجه و تمرکز می کنند. در نتیجه، مشتری مداری کارکنان عامل مهمی برای موفقیت سازمان های خدماتی است. لذا هدف از این پژوهش بررسی عوامل موثر بر مشتری محوری متصدیان خدمات شرکت ایرانسل می باشد. جهت بررسی این عوامل از الگوهای لاجیت استفاده شده است. نتایج نشان داد که در قسمت برآورد الگوی لاجیت متغیرهای قابلیت اعتماد، میزان پاسخگویی و جوابگو بودن، درجه ی اطمینان بخشی و تضمین خدمات و سهولت دسترسی به خدمات متغیرهای معنی دار و تاثیرگذار بر مشتری محوری متصدیان خدمات شرکت ایرانسل می باشند. به همین دلیل پیشنهاد می شود جهت ایجاد رضایتمندی در مشتریان و برخوردار بودن از مشتری مداری شرکت ایرانسل به ارائه محصولات و خدمات باکیفیت بیشتر تمرکز نماید تا در نهایت رضایت مشتریان را جلب نماید.

کلمات کلیدی:

مشتری محوری، خدمات، شرکت ایرانسل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1406937>

