

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مشتری مداری و تخصص فروشندگان بر وفاداری مشتری با تمرکز بر نقش واسطه ای مشتری مداری ادراکی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

علیرضا زمانیان - عضو علمی گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور

صادق نیسی گمراوی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه پیام نور واحد نکا

خلاصه مقاله:

این تحقیق درصدد است به بررسی تاثیر مشتری مداری و تخصص فروشندگان بر وفاداری مشتری با تمرکز بر نقش واسطه ای مشتری مداریدارکی بپردازد. تحقیق حاضر بر اساس هدف یک تحقیق کاربردی و بر اساس رویکرد از نوع کمی و ماهیت، از نوع تحقیقات توصیفی از نوع پیمایشی است. روش نمونه گیری این تحقیق تصادفی ساده است. ابزار اندازه گیری و جمع آوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه استاندارد بوده که برای بررسی پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق را مشتریان فروشگاه افق کوروش اهواز تشکیل می دهند. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش آمار توصیفی با استفاده از متغیرهای جمعیت شناختی با نرم افزارهای SPSS استفاده گردید. نتایج به دست آمده فرضیات تحقیق به کمک نرم افزار PLS نشان می دهد مشتری مداری و تخصص فروشندگان بر وفاداری مشتری با نقش میانجی مشتری مداری ادراکی تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

مشتریمداری فروشندگان، تخصص فروشندگان، وفاداری مشتری، مشتریمداری ادراکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1463662>

