

عنوان مقاله:

تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر کیفیت خدمات، رضایت و وفاداری مشتریان و خلق مزیت رقابتی

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی مطالعات مدیریت در علوم انسانی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

معصومه عربشاهی - استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران.

خلاصه مقاله:

در جهان کنونی، سازمانها به خوبی میدانند، تنها راه بقا و رشد در شرایط رقابتی امروز، توسعه توانایی آنان در جذب، حفظ و نگهداری مشتری و کسب مزیت رقابتی است. سازمانهایی که در جهت رضایت و وفاداری مشتریان از طریق ارائه کیفیت مطلوب خدمات تلاش میکنند به مزیت رقابتی پایدار دست خواهند یافت. لذا هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر مزیت رقابتی با تحلیل نقش کیفیت خدمات، رضایت و وفاداری مشتریان میباشد. پژوهش از جنبه هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی- پیمایشی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش مشتریان شعب بیمه ایران در سطح شهر مشهد بوده که حجم نمونه با روش نمونه گیری غیر تصادفی و در دسترس براساس جدول کرجسی مورگان انتخاب شد. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بوده، که روایی و پایایی آن تایید شد. جهت تحلیل داده ها از نرم افزار spss و smart pls استفاده شد. نتایج نشان داد مدیریت ارتباط با مشتری بر کیفیت خدمات، وفاداری و رضایت تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین، تاثیر کیفیت خدمات، رضایتمندی و وفاداری مشتریان بر مزیت رقابتی تأیید شد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، کیفیت خدمات، وفاداری، رضایت، مزیت رقابتی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1475010>

