

عنوان مقاله:

بررسی مبانی و مفاهیم مهارت های ارتباطی و رضایت مشتری

محل انتشار:

دومین همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

مهدی اصفهانیان - دانشجوی کارشناسی ارشد، علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

از ویژگی های قرن حاضر توسعه اعجاب آور تکنولوژی های ارتباطی و اطلاعاتی می باشد. به کارگیری از این مهم باعث افزایش رقابت و کوچک شدن فضای عرضه و تقاضا گردیده است. امروز مصرف کنندگان به لطف تکنولوژی و موتورهای جستجو به راحتی ادعاهای تولیدکنندگان را ارزیابی و شاخص های برتری آن ها را مقایسه می نمایند و با آگاهی بیشتر واحد برگزیده را انتخاب می نمایند. لذا نگاه به مشتری در این زمان نگاه مهم و اساسی برای ادامه حیات کسب و کارها می باشند. عدم توجه به مهارت های ارتباطی و ارزیابی رضایت‌مندی مشتریان از طرف عرضه کننده باعث افت فرآیند فروش و نهایتاً، درآمد ناخالص یک سازمان می گردد. امروزه در بیشتر کسب و کارهای متوسط هزینه های سنگینی جهت جذب مشتری جدید می شود، در صورتی که ایجاد مشتری رضایت‌مند و تبدیل آن ها به مشتری وفادار نه تنها باعث اتلاف منابع مالی و انسانی نمی گردد بلکه موجب اطلاع رسانی و ترویج نام و اعتبار برند و تشویق به خرید مشتریان جدید و همچنین تکرار خرید مشتریان وفادار و مقاومت در مقابل پیام های رقبا می گردد. یکی از ضعف های مدیران سنتی یا مدیران جوان تحصیلکرده، نداشتن الگوهای میان رشته ای (دانش تلفیقی مدیریت با علوم ارتباطات، اطلاعات و ...) در مذاکرات حرفه ای در چرخه خرید یا چرخه فروش یا هدایت منابع انسانی می باشد. محققان و اندیشمندان، قرن حاضر را قرن مشتری محوری و محصول واحدهای تولیدی را بر اساس ارزش آفرینی های ایجاد شده طبقه بندی می نمایند. برای درک بهتر مفاهیم و جلوگیری از برخورد سطحی و سلیقه ای، نظریه و دیدگاه های اندیشمندان را در دو سوی این چرخه ی اقتصادی (عرضه و تقاضا) در نظر می گیریم. به شرح: نظریه نفوذ اجتماعی که آن را به عنوان نظریه رخنه اجتماعی می شناسند، تعامل نمادین، تقلیل یا کاهش بی ثباتی، فرهنگ سازمانی، تئوری صدای خروج، تئوری رقابت. در این پژوهش مبانی و مفاهیم مهارت های ارتباطی و رضایت مشتری مورد بررسی قرار گرفته است. روش تحقیق با توجه به هدف از نوع تحقیقات مروری (توجه به کیفیت مفاهیم به جای بررسی کمیت آن ها) بوده و جمع آوری داده ها بر اساس مطالعات کتابخانه ای و از نوع تحقیقات توصیفی انجام گردیده است.

کلمات کلیدی:

مهارت ارتباطی، مهارت کلامی، مهارت غیرکلامی، شنود و مهارت بازخورد، رضایت مشتری، وفاداری مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1542404>

