

عنوان مقاله:

مشتری مداری و راهکارهای تقویت ارتباط با آنها

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی مدیریت بازرگانی، کارآفرینی و حسابداری ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

فاطمه مرادی - دانشجوی کارشناسی مدیریت دانشگاه آزاد همدان

خلاصه مقاله:

مشتری مداری یعنی قرار دادن مشتری در مرکز استراتژی و اهداف. اساساً، این استراتژی بر پایه نیازها و رضایت مشتری می باشد. مشتری راضی و خوشحال به خریدن از شما ادامه میدهد. علاوه بر این، وجود محصول و کسب و کار شما را به خانواده و دوستان انتقال میدهد و باعث رشد پایگاه مشتریان شما میشود. شما باید بتوانید استراتژی خود را به چرخه زندگی مشتری وارد کنید. در نظر عامه نیاز به معنای هر نوع کمبودی است که برای انسان به وجود می آید. بنابراین در شناسایی و ارزیابی نیاز مشتری لازم است رفتار مشتری باتوجه به توانایی ها و استعداد های او ارزیابی شود. در اقتصاد رقابتی دغدغه همه شرکت ها این است که نه تنها هرروز به تعداد مشتریان خود بیفزایند، بلکه مشتریان دائمی خود را نیز حفظ کرده و ازدست ندهند. زیرا که هزینه فروختن به مشتری دائمی کمتر از تلاش برای جذب مشتری جدید است.

کلمات کلیدی:

مشتری، مشتری مداری، تقویت ارتباط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1557674>

