

## عنوان مقاله:

تحلیل پویایی رضایتمندی مشتریان با استفاده از رویکرد مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

راحله خردمند ایگدر - دانشجو کارشناسی ارشد، مدیریت بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی زند، شیراز، ایران

نازنین مسعودی - مربی گروه مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی آبادانا، شیراز، ایران

علی رضانی قطب آبادی - استادیار بخش مدیریت، گروه مدیریت صنعتی، موسسه آموزش عالی زند، شیراز، ایران

## خلاصه مقاله:

در فضای رقابتی امروز، تغییر نگرش و حرکت به سمت مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی در همه بخشهای صنعتی و خدماتی مورد توجه قرار گرفته است. سازمانها برای حفظ رضایت مشتریان و وفاداری آنها می بایست عملکرد خود را بهبود بخشیده تا به مزیت رقابتی پایدار دست پیدا نمایند. رضایتمندی مشتریان به عوامل وسیعی بستگی دارد در این پژوهش عوامل موثر بر رضایت و وفاداری مشتریان با رویکرد مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی مد نظر قرار گرفته اند. در این راستا پس از بررسی پیشینه تحقیق مدل مفهومی بر اساس ابعاد رضایت ارائه گردید و با استفاده از پرسشنامه معناداری عوامل با رضایتمندی مشتری اعتبارسنجی گردید. سپس با استفاده از روابط بین متغیرها نمودار علی- معلولی و نمودار جریان تهیه گردید. درنهایت با استفاده از نمودار جریان و پیاده سازی آن در نرم افزار ونسیم، تاثیر پویایی متغیرها بر رضایتمندی مشتری شبیه سازی و راهکارهای کارا در راستای ارتقا رضایت مشتریان پیشنهاد شده اند.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی؛ رضایتمندی مشتری؛ وفاداری؛ پویایی سیستم.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1564996>

