

عنوان مقاله:

رضایت مندی مشتریان با رویکرد مدیریت ارتباط با مشتری و تبدیل بازخوردهای آنان به محصولات موفق

محل انتشار:

نوزدهمین همایش دانشجویی ملی مهندسی صنایع (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

مهدی اجلی - استادیار گروه مدیریت دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه بوعلی سینا همدان، ایران

نیما صابری فرد - دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی و عضو پژوهشگران جوان و نخبگان دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

داود ماله میر - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

تغییرات و تحولات بسیار زیاد در عصر حاضر منجر شده است تا شرکتها و سازمانها برای باقی ماندن در این فضای رقابتی اهداف خود را بر اساس فضای کسب و کار متحول، شده تعریف نمایند تحولاتی همچون؛ تنوع در سلیق، مشتریان سازمانها را بر آن داشته است تا برای رسیدن به اهداف و موفقیت، خود نیازهای مشتریان را شناسایی و برای رفع آن نیازها تلاش نمایند. در غیر اینصورت از فضای رقابتی دور خواهند شد امروزه سازمانها تنها بر اساس کیفیت و قیمت با یکدیگر رقابت نمی کنند مدیریت ارتباط با مشتری یکی از مهمترین مباحث در بازاریابی میباشد که بدون شک برقراری ارتباط مناسب با مشتریان رضایتمندی را به همراه خواهد داشت ارتباط موثر با مشتری مشتری مداری و بازخوردهای دریافتی از مشتریان از جمله عواملی باشد که سازمانها میتوانند از این طریق محصولات و خدمات خود را توسعه دهند. در این پژوهش تلاش شده است تا با مروری مختصر تا اهمیت مشتری و مشتری مداری و بازخوردهای دریافتی از آنان بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد لذا پس از مقدمه و مروری بر ادبیات نظری پژوهش تحقیقات که در این حوزه به صورت گرفته است بیان گردیده و در پایان پیشنهاداتی نیز ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

رضایتمندی مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری، مشتری مداری، بازخورد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1569027>

