

عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی نیازهای مشتریان با تلفیق QFD و مدل کانو (مطالعه موردی: فروشگاه کاشی و سرامیک مطهر میبد)

محل انتشار:

نوزدهمین همایش دانشجویی ملی مهندسی صنایع (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

محمد فواد صباغ زاده فیروزآبادی - گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران

میتریا موبد - گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران

خلاصه مقاله:

میبد، یک شهر صنعتی است که تعدد کارخانه های کاشی و تنوع طرح ها، رنگ و جنس کاشی ها سبب به وجود آمدن رقابت بین فروشگاه های کاشی و سرامیک شده است. یکی از اقدامات اساسی که فروشگاه ها برای جذب مشتری و در نتیجه سودآوری بیشتر باید انجام دهند، شناسایی نیازهای مشتریان و ارائه خدمات و محصولات مطابق با سلیقه آن ها است. این پژوهش در فروشگاه کاشی و سرامیک مطهر میبد باهدف شناسایی نیازهای مشتریان و ارائه محصولات و خدمات بهتر به آن ها انجام شده است. برای رسیدن به این هدف، از دو مدل کانو (برای طبقه بندی نیازهای مشتریان) و QFD (برای ترجمه نیازهای مشتریان به زبان سازمانی) استفاده شده است. این پژوهش کاربردی بوده و روش انجام آن به صورت ارتباط مستقیم با عوامل فروشگاه و مشتریان است. برای جمع آوری اطلاعات، از مصاحبه و پرسشنامه استفاده شده است. در مدل کانو، نتایج بر اساس مد داده ها به دست آمد. تعداد سه نیاز عملکردی، پنج نیاز مهیج و شش نیاز بی اثر نتایجی بود که از بررسی سی پرسشنامه حاصل شد. با محاسبه ضریب رضایت هر پرسش و تبدیل آن به ضریب اهمیت در جدول QFD، نتایج مدل کانو، به صدای مشتری در سازمان تبدیل شد. در نهایت با برگزاری جلسات طوفان فکری با مدیر و فروشندگان فروشگاه، الزامات فنی برای نیازهای مشتریان شناسایی شدند و مدل QFD، تکمیل شد.

کلمات کلیدی:

کیفیت، نیاز، بازاریابی، مشتری، مدل کانو، مدل گسترش عملکرد کیفیت (QFD)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1569033>

