

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر شرایط موقعیتی بر رضایت مشتریان در مشتریان فروشگاه جانبو گچساران

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

محسن شکوهی پور - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، بازاریابی، دانشگاه آزاد گچساران

خلاصه مقاله:

مدیریت تجربه مشتری مستلزم تجزیه و تحلیل هر برخورد بین مشتری و شرکت است. مدیران شروع به نظارت بر این برخوردها کرده‌اند و به این وسیله می‌توانند تجربیات برجسته ای را در اختیار مشتریان خود قرار دهند که به نتایج و رفتار مطلوب مصرف کنندگان رضایت، قصد خرید و وفاداری تبدیل می‌شود. تحقیق حاضر از منظر هدف کاربردی است از منظر روش گردآوری داده ها نیز یک تحقیق پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق شامل مشتریان فروشگاه جانبو در سه ماه ه ابتدای سال، بین ساعات شلوغ ۱۸ تا ۲۱ به تعداد ۴۰۹ نفر می‌باشند. نمونه آماری تعداد ۱۹۶ نفر بر اساس جدول کرجس مورگان برآورد گردید. ابزار اصلی گردآوری داده های تحقیق پلاسیوز و همکاران (۲۰۲۰) شامل ۱۹ گویه استفاده شد. پرسشهای تخصصی با طیف لیکرت ۵ گزینه ایی تنظیم شده است. برای تعیین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید که مقدار آن برای پرسشنامه ۰/۹۱۳ به دست آمد بنابراین پایایی پرسشنامه مطلوب ارزیابی گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که اثر صلاحیت وظیفه و تعامل کارکنان خط مقدم بر رضایت مشتری زمانی که فروشگاه شلوغ است افزایش می‌یابد. صلاحیت وظیفه کارمندان خط مقدم در کمک به مشتریان برای به دست آوردن کارایی در طول فعالیت خرید آنها مهم است، زیرا به آنها کمک میکند تا به سرعت به اهداف خرید خود دست یابند. در یک جمعیت و محیط، مشتریان میخواهند کار خرید خود را با کارایی بیشتری انجام دهند، بنابراین صلاحیت کار برای بهبود رضایت مشتری مهمتر خواهد بود. علاوه بر این، صلاحیت تعامل نقش مهمتری ایفا خواهد کرد، زیرا ارتباط مهربان و خوشایند با کارمندان خط مقدم میتواند به مشتریان کمک کند تا احساسات و احساسات خود را تنظیم کنند، در نتیجه تجربه و رضایت خود را بهبود بخشند.

کلمات کلیدی:

صلاحیتهای کارکنان، رضایت مشتری، شرایط موقعیتی، فروشگاه جانبو گچساران.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1621622>

