

عنوان مقاله:

تحلیل میزان رضایت مشتریان با استفاده از ادغام مدل کانو و شاخص های رضایت، نارضایتی مشتریان و توسعه کیفیت

محل انتشار:

سومین همایش ملی مهندسی صنایع و سیستم (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

سیاوش رومانی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

حمید کریمیان - استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه لرستان

مسعود رومانی - مدیر کنترل پروژه

خلاصه مقاله:

در عصری که مشتری مداری توجه بسیاری از سازمان ها را به خود معطوف کرده است، چگونگی تامین رضایت مشتری از چالش های عمده سازمان های تولیدی و خدماتی به شمار می آید. تحلیل رضایت مشتری می تواند راهی به سوی موفقیت بیشتر سازمان ها باشد. بانک ها به عنوان موسسات اقتصادی برای رسیدن به یک مزیت رقابتی، همواره به دنبال تحقق توقعات و نیازهای مشتریان خود می باشند. در این مقاله سعی شده است تا با شناسایی و دسته بندی نیازهای مشتریان بانک صادرات ایران بر طبق مدل کانو و استفاده از شاخص های مربوط به رضایت مشتریان، میزان رضایت و عدم رضایت مشتریان را اندازه گیری و تحلیل کرد. همچنین در این مقاله سعی شده است تا با استفاده از شاخص توسعه کیفیت، مشخص هایی را که منجر به ایجاد مزیت رقابتی برای بانک می شوند و همچنین مشخصه هایی که نمی توانند به عنوان یک مزیت رقابتی برای بانک محسوب شوند را شناسایی کنیم.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، نارضایتی مشتری، شاخص توسعه کیفیت، مدل کانو، مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/162445>

