

عنوان مقاله:

مشتریان خاموش: عوامل موثر بر خاموشی مشتریان و پاسخ های رفتاری و غیررفتاری آنان

محل انتشار:

دوفصلنامه کاوش های مدیریت بازرگانی، دوره 14، شماره 30 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

عاطفه صبوری سیس - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

محمد فاریابی - دانشیار گروه مدیریت دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

یونس جبارزاده - استادیار گروه مدیریت دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

رضایت مشتری برای بقای هر کسب و کار حیاتی است. تحقیقات پیشین عمدتاً بر رفتار شکایتی مشتریان تمرکز داشته اند، لیکن تحقیق روی مشتریان غیرشاکی یا مشتریان خاموش اندک بوده و مطالعات گسترده ای در این زمینه وجود ندارد. هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل موثر بر خاموشی مشتریان خدمات مسافرتی شرکت های هواپیمایی داخلی و پاسخ های رفتاری و غیررفتاری آنان است. این پژوهش از نوع کیفی و روش شناسی آن با استفاده از روش داده بنیاد است. جامعه آماری این پژوهش مشتریان خدمات مسافرتی شرکت های هواپیمایی داخلی است. داده های پژوهش با انجام مصاحبه های نیمه ساختارمند گردآوری شده و روش تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی صورت گرفته است که در نهایت مدل کیفی پژوهش طراحی گردیده است. نتایج پژوهش نشان می دهد؛ تجربه نارضایت بخش قبلی مشتری، هزینه های تغییر، لزوم شکایت جمعی، ویژگی های شخصیتی، عادت به وضع موجود و عدم وجود فرهنگ شکایتی از جمله دلایل خاموشی مشتریان خدمات مسافرتی شرکت های هواپیمایی داخلی بوده است. همچنین پاسخ های رفتاری مشتریان خاموش، شامل تبلیغات دهان به دهان منفی، برخورد بد مشتری با دیگران، صدای مشتری و خروج است و پاسخ های غیررفتاری نیز شامل وفاداری و غفلت است.

کلمات کلیدی:

پاسخ های رفتاری، پاسخ های غیررفتاری، خاموشی مشتریان، عوامل موثر بر خاموشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1626767>

