

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل تاثیر گذار بر کیفیت ارتباط کارکنان مدرسه با مشتریان (دانش آموزان) با توجه به نقش تجربیات قبلی مشتریان و بررسی پیامدهای آن در رفتار مشتریان

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی توانمندی مدیریت، مهندسی صنایع، حسابداری و اقتصاد (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

مزگان حبیب زاده حقیقی شیرازی - دانشجوی مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه زند شیراز، فارس، ایران

علی رضانی قطب ابادی - استاد تمام مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه زند شیراز، فارس، ایران

خلاصه مقاله:

اگرچه تعاریف مختلفی از تجربه مشتری وجود دارد، همگی بر اینکه تجربه مشتری باید شامل تعامل با افراد، فرایندها یا سیستم هر سازمان باشد، توافق نظر دارند. تحقیق حاضر تحت عنوان: شناسایی عوامل تاثیر گذار بر کیفیت ارتباط کارکنان مدرسه با مشتریان (دانش آموزان) با توجه به نقش تجربیات قبلی مشتریان و بررسی پیامدهای آن در رفتار مشتریان در دبیرستان های غیرانتفاعی دخترانه جاویدان و درخشان، ناحیه یک آموزش و پرورش شیراز انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق، تعداد کل دبیرستان ۴۳۰ نفر بود که ۴۱۶ نفر از دانش آموزان بصورت تصادفی انتخاب شد و حجم کل جامعه آماری در نظر گرفته شد. روش مورد استفاده در تحقیق مدلسازی معادلات ساختاری بود. نتیجه حاصل چنین بود که: محیط مدرسه، توانمندی پرسنل، اعتماد و ارائه خدمات بر کیفیت ارتباط بین دانش آموز و مدرسه تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

کیفیت ارتباط، کارکنان مدرسه، محیط مدرسه، دانش آموزان، تجربیات مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1691452>

