

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل کیفیت خدمات پس از فروش و بررسی ارتباط آن عوامل با میزان رضایت مشتریان در شرکت خدمات انفورماتیک

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 2، شماره 4 (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

علی دیواندری - دانشگاه تهران

گلناز ترکاشوند - ایران - تهران

خلاصه مقاله:

رضایت مشتریان از کیفیت خدمات پس از فروش نقش استراتژیک بسیار مهمی در موفقیت و سودآوری شرکت‌ها ایفا می‌کند. به دلیل اهمیت این موضوع همواره این سوال مطرح است که چگونه می‌توان میزان رضایت از کیفیت این خدمات را در شرکت‌های مختلف مورد ارزیابی قرار داد. در این راستا برای انجام این پژوهش با مطالعه ادبیات موجود و راهنمایی استادان و استفاده از تجربه‌های خبرگان شرکت، عوامل کیفیت خدمات پس از فروش شرکت (وضعیت ارتباطی شرکت با کاربران، نحوه پاسخ‌گویی تیم پشتیبانی، میزان کارایی عوامل فنی شرکت، سطح عملکرد محصولات شرکت، قابلیت دسترسی به خدمات شرکت) شناسایی شد. در مرحله‌ی بعد برای ارزیابی ارتباط این مولفه‌ها با میزان رضایت کاربران از خدمات پس از فروش شرکت، بر مبنای فرضیه‌ها و مدل پژوهش پرسشنامه‌ای تهیه شده است و روایی و پایایی آن به تایید رسید. نتایج پس از جمع‌آوری اطلاعات و انجام تحلیل‌های آماری مورد نیاز بیانگر آن است که بین مولفه‌های گفته شده با رضایت کاربران از خدمات پس از فروش شرکت رابطه معناداری وجود دارد. همچنین درانتها پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی ارایه شده است.

کلمات کلیدی:

رضایتمندی مشتریان، شرکت خدمات انفورماتیک، کیفیت خدمات پس از فروش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1741134>

