

عنوان مقاله:

تعیین عوامل موثر بر رضایتمندی مشتریان از کیفیت وب سایت های کسب و کار الکترونیک با استفاده از مدل کانو

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

محمد صالح اولیا - دانشیار گروه مهندسی صنایع، دانشگاه یزد

مونا میرغنی قمصریان - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه یزد

خلاصه مقاله:

اینترنت فرصت های جدیدی را در برابر شرکت ها قرار داده که تاکنون قابل تصور نبوده است. فروش سریع و موثر با کمترین هزینه همراه با ارتباط تنگاتنگ با مشتریان و افزایش رضایت آنان از این فرصت ها به حساب می آید که امکان جهانی شدن شرکت ها و افزایش سودآوری به مراتب بیشتر از روش های سنتی را فراهم ساخته است. این مطالعه قصد دارد تا با بکارگیری مدل کانو عوامل موثر بر رضایت مشتریان از کیفیت وب سایت های کسب و کار الکترونیک را تعیین نماید. این عوامل در گروه های الزامات اساسی، عملکردی، انگیزشی و بی تفاوتی جای خواهد گرفت و بدین ترتیب میزان اهمیت هر ویژگی برای مشتریان مشخص خواهد شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده نشان می دهد در گروه الزامات اساسی امنیت، در گروه الزامات عملکردی جامعیت اطلاعات و در گروه الزامات انگیزشی پاسخگویی دارای اهمیت بسیاری می باشد.

کلمات کلیدی:

مدل کانو، کیفیت وب سایت کسب و کارهای الکترونیکی، الزامات اساسی، الزامات عملکردی، الزامات انگیزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/189225>

