

عنوان مقاله:

بررسی قوانین در کسب و کارها برای رضایت مشتریان

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی افق های نوین در علوم انسانی، اقتصاد، کارآفرینی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

داود مزدکانلو - استاد گروه مدیریت دانشگاه جامع علمی کاربردی - مرکز علمی کاربردی خانه کارگر تشکیلات خراسان رضوی

حمید سعیدی - فارغ التحصیل رشته حسابداری دانشگاه جامع علمی کاربردی - مرکز علمی کاربردی خانه کارگر تشکیلات خراسان رضوی

فاطمه حسین زاده - فارغ التحصیل رشته حسابداری دانشگاه جامع علمی کاربردی - مرکز علمی کاربردی خانه کارگر تشکیلات خراسان رضوی

فاطمه غیائی - کارمند دانشگاه جامع علمی کاربردی - مرکز علمی کاربردی خانه کارگر تشکیلات خراسان رضوی

خلاصه مقاله:

رضایت مشتری به این معنی است که مشتریان شما از خرید محصولات یا دریافت خدمات شرکت شما چقدر راضی هستند. همچنین می تواند نحوه رزبایی آنها از کسب و کار شما و نحوه معرفی شما به خانواده یا دوستانشان را نشان دهد. همه ی ما می دانیم تنها طراحی وب سایت یا طراحی فروشگاه اینترنتی کافی نیست. آنچه در هر کسب و کار و در هر فضایی چه در فضای مجازی چه حقیقی اهمیت دارد داشتن مشتریان راضی و وفادار است. مشتریان راضی، بدون اندکی هزینه، با معرفی شما به دیگران به تبلیغ کنندگان کسب و کار شما تبدیل خواهند شد. بهبود رضایت مشتری بخش مهمی از تجارت شما برای حفظ یا تقویت روابط با مشتریان است. این امر نشان دهنده میزان موفقیت شما در ارائه تجربه مشتری مطابق انتظاراتشان است. رضایت مشتری از خدمات با درک نحوه تعامل مشتریان با نام تجاری شما و جمع آوری بازخورد آنها از طریق نظرسنجی با استفاده از کانال های مختلف اندازه گیری می شود. برای آگاهی از احساس مشتریان خود می توانید از معیارهای رضایت مانند NPS (نمره ترویج کننده خالص)، CSAT (امتیاز رضایت مشتری) یا CES (امتیاز تلاش مشتری) استفاده کنید. تلاش برای افزایش رضایت مشتری اولین گام در جهت بهبود تجربه مشتری است. با افزایش رقابت، جذب مشتریان جدید می تواند پنج برابر بیشتر از حفظ مشتری فعلی هزینه بر باشد. بنابراین «منطقی است که شما در مورد بهبود تجربه مشتری سرمایه گذاری کرده و بر رضایت مشتریان فعلی تمرکز کنید. در مقابل، مدت زمان حضور و وفاداری آنها را افزایش می دهید. در اینجا چهار دلیل مهم وجود دارد که نشان می دهد افزایش میزان رضایت مشتری برای نام تجاری شما چه میزان مفید فایده خواهد بود:

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، قوانین، کسب و کار، رضایت مندی، مشتری، عوامل رضایت مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1992984>

