

## عنوان مقاله:

مشتری گرایی، عملکرد و شخصیت کارکنان خدماتی

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی (سال: 1385)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسنده:

مهری اکبری - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه الزهرا ( س ) ، دانشکده علوم اجتماع

## خلاصه مقاله:

حساسیت نقش کارکنان در عمل به مفهوم مشتری گرایی و برقراری روابط بلندمدت با مشتریان به ویژه در سازمانهای خدماتی امری بدیهی است . با توجه به تاکید روانشناسان بر امکان پیش بینی رفتار و عملکرد کارکنان از طریق صفات شخصیتی آنها این مقاله به بررسی رابطه صفات شخصیتی کارکنان با مشتری گرایی و عملکرد آنان با تاکید بر سازمانهای خدماتی پرداخته است . مرور ادبی پژوهش و نتایج حاصل از مقایسه و تحلیل یافته های تحقیقات مختلفی که در این زمینه انجام گرفته، روشنگر این مطلب است که صفات شخصیتی کارکنان پیش بینی کننده رفتارهای مشتری گرا و عملکرد مطلوب آنهاست و برقراری تناسب و سازگاری بین شخصیت و شغل افراد از الزامات اساسی به کارگیری بهینه منابع انسانی می باشد .

## کلمات کلیدی:

مشتری گرایی، عملکرد خدماتی و شخصیت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/20248>

