

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی شرکت ها بر رضایت و حفظ مشتری در کسب و کار B2B در شهرک صنعتی ایبک آباد

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

رضا توکلی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک، ایران

ابوالفضل خسروی - استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، ایران

محمد معین ضیاء دوست - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، ایران

محمد رضا فتیحی - دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، ایران

خلاصه مقاله:

بازارگرایی رضایت مشتریان هسته اصلی فعالیت کسب و کار را تشکیل میدهد و تمامی فعالیت های دیگر باید در راستای ارضای نیازهای مشتریان باشد. بازارگرایی روی مشتریان به عنوان هسته اصلی تمرکز میکند و نگاه به بیرون دارد و عکس العمل مشتریان را برای مهم است. لذا هدف از این پژوهش بررسی تاثیر بازارگرایی شرکت ها بر رضایت و حفظ مشتری در کسب و کار B2B بود. این تحقیق از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و در دسته تحقیق های علی قرار داد جامعه ی مورد پژوهش شامل شهرک های صنعتی استان مرکزی بوده که برای سنجش وضعیت موجود از پرسشنامه ۲۲ سوالی استفاده شد که پس از تایید روایی و پایایی جهت جمع آوری داده ها مورد استفاده قرار گرفت. در این تحقیق برای بررسی روابط بین اجزاء مدل از معادلات ساختاری استفاده شده است. از نرم افزار لیزرل برای تجزیه و تحلیل فرضیه ها استفاده شده است. نتایج حاکی از آن بوده است که مشتری مداری، رقیب مداری، هماهنگی بین واحد ها تاثیر مثبتی بر رضایت مشتری و حفظ مشتری دارد.

کلمات کلیدی:

بازارگرایی، کسب و کار، رضایت مشتری، حفظ مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2026021>

