

عنوان مقاله:

تعیین مدل شاخص رضایت مشتری در سیستم مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

اولین همایش ملی راهکارهای ارتقاء مباحث مدیریت، حسابداری و مهندسی صنایع در سازمانها (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

رضا اکبریان - دانشگاه شیراز- دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی

محمدجواد دهقانی - دانشگاه شیراز- دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی

مریم ابراهیمی نژاد - دانشگاه شیراز- دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی

خلاصه مقاله:

یکی از مباحث مهم در دنیای امروز، مدیریت ارتباط با مشتریان است. شرکتها برای راضی نگه داشتن مشتریان بایستی عملکردشان را بهبود دهند تا بتوانند به مزیت رقابتی پایدار دست یابند. هدف اصلی در این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری مشتریان شرکت مخابرات می باشد. در این راستا پس از بررسی مقالات و ادبیات مربوط به رضایت مشتری و نیز با استفاده از روش تحلیل محتوا، 237 فاکتور مؤثر بر رضایت مشتریان شناسایی و سپس با مصاحبه و نظر خواهی از خبرگان این عوامل طبقه بندی گردید، در نهایت مدل مفهومی بر اساس ابعاد رضایت ارائه گردیده است. جهت اعتبار سنجی مدل پرسش نامه طراحی و در اختیار کارشناسان قرار داده شده است. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS صورت پذیرفته است و از آزمون T برای تحلیل فرضیه ها استفاده شده است. عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان در مدل ارائه شده شامل عوامل انسانی، ارتباطات، کیفیت درک شده از CRM، انتظارات، رسیدگی به شکایات و اعتماد می باشند.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، رضایت، مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/213399>

