

عنوان مقاله:

ارزیابی وفاداری مشتریان در فروشگاههای مدرن کلان شهر تبریز

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن ۲۱ (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

امیر محمدپور - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی الغدیر تبریز

یوسف بیگ زاده - استادیار گروه مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب

وحید رحیمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات آذربایجان شرقی

مهدی نوری حامد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات آذربایجان شرقی

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر تعیین تاثیر به کارگیری سیستم مدیریت ارتباط با مشتری بر وفاداری مشتریان میباشد. در این پژوهش، تاثیر به کارگیری سیستم مدیریت ارتباط با مشتری و ابعاد آن شامل تمرکز بر مشتریان کلیدی، سازماندهی فرآیند کسب و کار، مدیریت دانش، برخورداری از فناوریهای بهروز بر وفاداری مشتریان تعیین میشود. پژوهش حاضر از نظر روش، پیمایشی و از نظر نوع، تحلیلی و از حیث هدف، کاربردی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، مدیران سطوح مختلف و کارکنان فروشگاهها و مشتریان فروشگاههای زنجیرهای مدرن در کلان شهر تبریز می باشد. نمونه ی آماری برای مدیران سطوح مختلف و کارکنان و مشتریان بر اساس فرمول کوکرانه ترتیب به تعداد 193 نفر و 385 نفر به دست آمده است. روش نمونه گیری به صورت خوش های چند مرحله ای می باشد. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات از روشهای آماری توصیفی و استنباطی استفاده و برای توصیف آماری متغیرها، توزیع فراوانی و شاخص های مرکزی و پراکندگی محاسبه شد و همچنین برای آزمونااستنباطی فرضیه ها از آزمون های پیرسون و رگرسیون خطی چندگانه به روش گام به گام و برای انجام محاسبات مربوط به تجزیه و تحلیل اطلاعات از بسته های نرم افزاری SPSS استفاده شد. یافته های پژوهش نشان می دهد که به کارگیری سیستم مدیریت ارتباط با مشتری بر وفاداری مشتریان تاثیر دارد و هم چنین بین تمرکز بر مشتریان کلیدی، سازماندهی فرآیند کسب و کار، مدیریت دانش و بر خورداری از فناوری های بهروز با وفاداری مشتریان همبستگی مستقیم و معنی داری وجود دارد. در ضمن عوامل موثر از ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری بر وفاداری مشتریان شامل تمرکز بر مشتریان کلیدی می باشد.

کلمات کلیدی:

وفاداری مشتریان، کیفیت ادراک شده، انتظارات مشتری، تصویر ذهنی، اعتماد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/312104>

