

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر رفتار فروش اخلاقی بر وفاداری مشتریان

## محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و فرهنگ ایرانی اسلامی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

حسین فارسیانی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول، گروه مدیریت، علی آباد کتول، ایران

عبدالحمید ابراهیمی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول، گروه مدیریت، علی آباد کتول، ایران

## خلاصه مقاله:

یکی از مسائل مهمی که می تواند بر ادراک مشتری از فروشنده تاثیرگذار باشد توانایی فروشنده در تاثیرگذاری بر وفاداری مشتریان است. که به وسیله رفتار آنها هنگام تعامل با مشتری تعیین می شود. در همین راستا تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر رفتار فروش اخلاقی بر وفاداری مشتریان به انجام رسید این تحقیق کاربردی بوده و جامع آماری آن شامل مشتریان موبایل در شهر گرگان است نمونه آماری 384 نفر و به صورت تصادفی انتخاب شد. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه بوده و توسعه فرضیات براساس مدل جن و ماتو و رومن صورت گرفت تجزیه و تحلیل داده ها به وسیله مدل معادلات ساختاری و به کمک نرم افزار Listrel نشان می دهد که رعایت اخلاق از سوی فروشنده، تاثیر مثبت و معناداری بر رضایت اعتماد و وفاداری مشتریان دارد. همچنین رعایت اخلاقی در فروش برای ادامه کسب و کار، جلب و جذب مشتری حائز اهمیت می باشد.

## کلمات کلیدی:

رفتار فروش اخلاقی، رضایت، اعتماد، وفاداری مشتریان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/362325>

