

عنوان مقاله:

مشتری مداری و کیفیت گرایی ضرورت سازمان های امروز

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

هدایت الله تیرگر - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان

فرهاد محمدی ساردو - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی کرمان

خلاصه مقاله:

مشتری مداری یعنی سعی در برآورده کردن خواسته های مشتریان با تکیه بر قوانین الهی، حق مداری، رضایت طرفین معامله، عدم ضرر و انصاف بنابراین به نظر می رسد که محوری بودن مشتریان، اصلی مسلم و خدشه ناپذیر است و سازمان برای رسیدن به اهداف خود باید تلاش کند از طریق تامین نیازهای کاربردی، احساسی و منطقی متقاضیان رضایت آنان را جلب نماید. کلیه سازمانهای امروزی نیازمند رقابت در عرصه های مختلف از جمله خدمات هستند، ارایه خدمات با کیفیت در دستیابی به مزیت رقابتی پایدار از اهمیت قابل ملاحظه ای برخوردار است. سازمانها و شرکتهای جهت بقا و موفقیت در بازارهای رقابتی، ناگزیرند خدمات با کیفیتی به مشتریان ارایه کنند. بنابراین با توجه به اینکه در سازمانهای امروزی مشتری مداری و کیفیت گرایی یک ضرورت می باشد در این تحقیق به بررسی موضوع مشتری مداری، رضایت مشتری، جلب رضایت مشتریان، کیفیت سازمان و کیفیت، مدیریت کیفیت فراگیر، راهکارهای تقویت کیفیت گرایی، مشتری مداری و کیفیت خدمات می پردازیم.

کلمات کلیدی:

مشتری مداری، کیفیت خدمات، مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/409169>

