

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر وفاداری مشتریان در تولیدی پروتئین سوییاکبهشهر

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

سعید صحت - دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی

روح اله عموزاد خلیلی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی

مجتبی عموزاد خلیلی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر

## خلاصه مقاله:

اجرای مدیریت ارتباط با مشتری در بسیاری از شرکت ها موجب افزایش توان رقابتی، افزایش درآمد و کاهش هزینه های عملیاتی می گردد. هدف اصلی مدیریت ارتباط با مشتری به بیان ساده عبارت است از درک و رفتار بهتر با مشتریان به منظورافزایش وفاداری و منافع می باشد. هدف از این پژوهش، بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر وفاداری مشتریان در تولیدی پروتئین سویپاک بهشهر می باشد. مطالعه حاضر دارای ماهیت کاربردی و روش توصیفی و پیمایشی می باشد. جامعه آماری این تحقیق، شامل کلیه نمایندگان تولیدی پروتئین سویپاک بهشهر می باشد. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه 0/85به دست آمده است که بیانگر پایایی پرسشنامه تحقیق می باشد. نتایج به دست آمده نشان می دهد که مدیریت ارتباط با مشتری از طریق اعتماد و رضایت بر وفاداری مشتریان تاثیر مثبت و معناداری می گذارد. اعتماد باعث کاهش ترس از خرید مصرف کنندگان می شود و رضایت نیز باعث می شود که از لحاظ ذهنی و عملی مصرف کنندگان به محصول وفادار بمانند

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، اعتماد مشتری، رضایت مشتری، وفاداری مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/444788>

