

عنوان مقاله:

مشتری مداری، مزیت رقابتی خدمات رسانی در سازمان های تحول گرا

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسنده:

سعید باقری

خلاصه مقاله:

در نگرش سنتی کسب و کار، فرآیند خرید و فروش کالا و خدمات با پول رقم می خورد اما اکنون این نگرش کارایی خود را ازدست داده است و احترام یا مشتری مداری بعنوان محور فعالیت سازمانها و الزام بقای آنها مورد تأکید و توجه قرار گرفته است. بطوری که طی دهه گذشته در سایه رویکردهای جدید مدیریتی، نقش و اهمیت مشتری، تصاعدی رشد کرده است و دیگر حدی برای مشتری مداری وجود ندارد. سازمانها برای ادامه حیات بعضاً فراتر از مشتری مداری تلاش می کنند و شیفته نمودن مشتریان را برای حفظ تعداد بیشتری از آنان بعنوان خط مشی خود برگزیده اند و در دنیای کسب و کار مشتریان اهمیت فوق العاده ای یافته اند. در این مقاله ضمن اینکه به مفاهیم مشتری مداری اشاره شده، به ارتباط و نحوه اثرگذاری بر مشتری و سازمان می پردازد.

کلمات کلیدی:

مشتری، سازمان، مشتری مداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/502674>

