

عنوان مقاله:

معرفی شاخص رضایت مشتری کشورها

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت ، اقتصاد و علوم انسانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

زهرا هاشمی - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه علامه طباطبایی

علی تقی زاده هرات - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد پرنده

خلاصه مقاله:

امروزه به دلیل اهمیت رضایت مشتری بسیاری از کشورها در سطح ملی به محاسبه آن پرداخته اند. در حالیکه روند جهانی سازی و گسترش مبادلات تجاری در سطوح بین المللی، در جنبه کالا یا خدمات، بکارگیری ابزار الگوبرداری و محک زنی نسبت به سایر رقبا را تبدیل به نیازمندی اساسی سازمانهای تجاری نموده است، مقایسه سطح رضایت مشتریان نه تنها در بین رقبا بلکه مابین صنایع مختلف و سازمانهای گوناگون حتی در سایر کشورها نیا به منظور بکارگیری استراتژیهای رقابتی مناسب، امری ضروری است. به منظور بهبود ارائه کالا و خدمات به مصرف کنندگان خود، به طور مستمر و در فواصل زمانی خاص رضایت آنها را اندازه گیری میکنند تا بتوانند رضایتشان را بالا برده و از مزایای آن که همانا وفاداری مشتری و سود بیشتر برای شرکتهایشان و به دنبال آن پیشرفت کشورشان است استفاده کنند در این مقاله ابتدا به تاریخچه اندازه گیری رضایت مشتری میپردازیم پس از آن شاخص رضایت مشتری را در کشورهایی چون آمریکا، سوئیس و مالزی بررسی میکنیم و در نهایت مزایای وجود سیستم رضایت مشتری را در سطح ملی بیان خواهیم کرد.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، شاخص رضایت مشتری، بازارافزایی، ارزیابی کیفیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/549425>

