

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر رویگردانی مشتریان در شرکتهای ارائه دهنده خدمات اینترنتی

محل انتشار:

اولین همایش ملی پیشرفت ها و چالش ها در علوم، مهندسی و فناوری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

عطیه عاشوری - دانشگاه تربیت مدرس/ دانشکده فنی و مهندسی بخش مهندسی صنایع

امیر البدوی - دانشگاه تربیت مدرس/ دانشکده فنی و مهندسی بخش مهندسی صنایع

خلاصه مقاله:

توجه به مشتریان و خواسته های آن ها یک امر حیاتی در بازار کسب و کار رقابتی است. مدیریت ارتباط با مشتری و مسئله رویگردانی مشتریان یکی از الزامات مدیریتی است که لازم است سازمان ها به آن توجه کنند. در این پژوهش ما به مسئله رویگردانی مشتریان و عوامل موثر بر رویگردانی آن ها در شرکت های ارائه دهنده خدمات اینترنتی می پردازیم. بدین منظور عوامل موثر بر رویگردانی از طریق آزمون فرض، مورد آزمون و تست قرار می گیرد. نتایج حاکی از این است که عواملی چون قیمت گذاری و تعرفه، کیفیت خدمات، تبلیغات، سهولت پرداخت، سرعت اینترنت و مدت زمان نصت و راه اندازی بر رویگردانی مشتریان از شرکت های ارائه دهنده خدمات اینترنتی تاثیر گذار هستند و لازم است که برای بهبود این عوامل برنامه ریزی شود تا مانع از ریزش مشتریان شود و تمایل به دیگر رقبا در آن ها ایجاد نشود.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، رویگردانی مشتریان، کشف دلایل رویگردانی، آزمون فرض، شرکت های ارائه دهنده خدمات اینترنتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/560276>

