

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر عوامل جمعیت شناختی بر نتایج حاصل از طبقه بندی نیازهای مشتریان بوسیله مدل کانو - مورد مطالعه ؛ بانک صادرات شهر اصفهان

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

آرش شاهین - استادیار گروه مدیریت دانشگاه اصفهان ، ایران

میثم علی پور - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی ، دانشگاه اصفهان

## خلاصه مقاله:

دردنیای رقابتی امروز توجه به مشتریان یکی از کلیدی ترین استراتژی ها به منظور ارائه خدمات با کیفیت تر است . در واقع مشتری گرایی مزیت رقابتی عمده سازمانها در عصری است که اکثر خدمات ارائه شده توسط ارگان ها بویژه بخش دولتی مشابه و بسیار نزدیک به هم می باشد یکی از این نهاد ها بانک می باشد که مدت زمان کوتاهی است که به مشتری گرایی و ارائه خدمات با کیفیت به صورت پراکنده روی آورده اند . در این تحقیق به بررسی و تحلیل تاثیر عوامل جمعیت شناختی بر طبقه بندی نیازهای مشتریان در خدمات بانکی پرداخته شده است لازم به ذکر است که طبقه بندی نیازها بوسیله مدل کانو انجام پذیرفته است . بدین صورت که ابتدا نیازهای بانکی مشتریان توسط مدل کانو مورد سنجش قرار می گیرد و سپس تاثیر عوامل جمعیت شناختی شامل جنسیت . سن . تحصیلات . شغل و درآمد بر یافته های مدل کانو مورد بررسی قرار گرفته است . با مروری بر تحقیقات پیشین استفاده از مدل کانو در طبقه بندی نیازهای مشتریان مشاهده گردید اما موردی که تاثیر عوامل جمعیت شناختی بر نحوه طبقه بندی مدل کانو بررسی شده باشد یافت نگردید

## کلمات کلیدی:

مشتری ، رضایت مشتریان ، مدل کانو ، عوامل جمعیت شناختی ، بانک صادرات اصفهان ،

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/63654>

