

## عنوان مقاله:

پیاده سازی رویکرد کانسی و مدل رضایت مندی مشتری در راستای بهبود کیفیت محصول مطالعه موردی: پودر لباسشویی ارغوان

## محل انتشار:

چهارمین کنگره بین المللی پژوهشهای نوین در مطالعات مدیریت، حسابداری و اقتصاد (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

تقی ترابی - دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران دانشکده مدیریت و اقتصاد

زهرا اسفندیار - کارشناس ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

## خلاصه مقاله:

درک و تشخیص درست نیاز کاربر از جمله عوامل کلیدی و امری حیاتی در فرایند طراحی و توسعه محصولات میباشد در میان روش های مختلف دریافت نیاز و اولویت بندی آنها ، پژوهش حاضر تلاش میکند با استفاده از تلفیق روش مهندسی کانسی و مدل کانو به شناسایی ، دسته بندی و الویت بندی نیازهای احساسی مشتریان ( کانسی ) در خصوص پودر لباس شویی ارغوان از شرکت پاکسان بپردازد و رویکردی جدید پیشنهاد دهد تا سبب جلب رضایت بیشتر مشتری شود . به منظور دستیابی به این هدف ، واژگان کانسی و مشتری شناسایی می شوند ، سپس از روش دلفی برای غربالگری واژگان کانسی استفاده می شود. در ادامه با استفاده از مدل کانو، واژگان کانسی غربال شده در چهار طبقه کانو، دسته بندی شدند و سپس واژگان موجود در هر یک از طبقات با استفاده از روش ANP وزن دهی و رتبه بندی شدند. در ادامه بر اساس واژگانی که بالاترین رتبه و بر اساس روش پارتو بیشترین وزن را داشتند، طراحی های پودر لباسشویی انجام شد و طراحی های صورت گرفته در اختیار مصرف کنندگان قرار گرفت. سپس بهترین طرح از نظر مصرف کنندگان بر اساس واژگان کانسی مشخص گردید.

## کلمات کلیدی:

طراحی و توسعه محصولات، مهندسی کانسی، مدل کانو، روش ANP

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/662726>

