

عنوان مقاله:

نقش مشتری مداری و رضایت مندی در بازار

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی و سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

سهیلا ایزدی - کارشناسی ارشد، مدیریت، مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد، واحد کرمانشاه، کرمانشاه

خلاصه مقاله:

در دنیای رقابتی و بازارهای پیچیده داخلی و بین المللی امروز؛ سمت و سوی کلیه فعالیت های سازمان برای تامین نیازهای مشتریان و مخاطبان و کسب رضایت و اعتماد آنها می باشد. در بازار گسترده امروز موفقیت یا عدم موفقیت هر سازمانی به رفتار مشتری و مخاطب بستگی دارد. از طرفی می توان مشتری مداری را نوعی ارزش نهادن به انسان و تامین حوایح و نیازهای او میتوان تعریف کرد. شناسایی مشتری و انواع آن، اهمیت مشتری، جلب رضایت مشتری، روش های مشتری مداری و مفاهیم مشتری مداری، ارتقا سهم بازار و اثرات رضایت مشتری در کسب و کار، شناسایی انتظارات مشتری، شناسایی نیازهای مشتری و نیز هدف از این تحقیق نشان دادن اهمیت بالای مشتری مداری جهت رسیدن به سود بیشتر و حفظ و فاداری مشتری است. از خصوصیات انسان پویا در عصر رقابت، توانایی پیش بینی و برنامه ریزی است. به طوریکه بتوانند با برنامه ریزی برای تحقق اهداف از پیش تعیین شده گام بردارد و هر زمانی که لازم بود، در برنامه های خود تغییراتی را ایجاد کند و آمادگی انعطاف پذیری و هماهنگی با شرایط را داشته باشند.

کلمات کلیدی:

مشتری مداری، رضایت مندی، بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/681050>

