

## عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتری: مرور سامانمند ادبیات

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

سیامک رحیمی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی ریاست جمهوری، تهران

مهدی تک فیروزجانی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی ریاست جمهوری، تهران

حیدر سلگی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی ریاست جمهوری، تهران

## خلاصه مقاله:

وفاداری مشتریان به عنوان یک عامل کلیدی برای سازمان ها محسوب شده و موجب سودآوری و موفقیت سازمان می شود. سازمان ها برای اینکه بتوانند به بهترین نحو وفاداری مشتریان را مدیریت کنند بایستی بتوانند به بهترین شکل با مشتریان خود ارتباط داشته و نیازها و خواسته های آن ها را شناسایی نمایند. به این دلیل که تاکنون تحقیقات جامعی در زمینه وفاداری مشتری در بین یافته های مطالعات دانشگاهی انجام نشده است، هدف این تحقیق انجام یک مطالعه مروری به منظور شناسایی عواملی است که بیشترین تاثیر را بر وفاداری مشتری دارند. در این مطالعه مروری تعداد 9 مقاله لاتین با درجه اعتبار 3 ستاره و بیشتر بر اساس رتبه بندی ABS از سال 2011 تاکنون انتخاب شد. یافته ها نشان می دهد که شش عامل: رضایت، اعتماد، هویت مشتری-شرکت، تعهد، ارزش ویژه مشتری، عوامل محیطی و شخصیت بیشترین تاثیر را بر وفاداری مشتری دارند.

## کلمات کلیدی:

وفاداری، وفاداری مشتریان، عوامل موثر، customer loyalty, loyalty

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756276>

