

عنوان مقاله:

ارایه الگویی جهت شناسایی و نگهداری مشتریان اصلی در موسسات آموزشی (مطالعه ی موردی: یک شعبه از مجتمع فنی تهران)

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی انجمن تحقیق در عملیات ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سیامک خیبری - دانشجوی دکتری مدیریت- تحقیق در عملیات، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد

امیر حسین بهروز - هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه پیام نور، استان خراسان رضوی

فاطمه نجفی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

امروزه با اشباع و نیز تخصصی شدن حوزه های ارایه ی خدمت در بازارها، سازمان ها دریافته اند که رمز بقای آن ها در بازارهای کنونی، ایجاد زمینه هایی جهت حفظ و نگهداری مشتریان می باشد. در واقع مشتریان تامین کننده منافع مالی سازمان هستند و اعتبار یک سازمان بر پایه روابط بلند مدت با مشتریان بنا می گردد. مشتری کلید موفقیت سازمان و هر فعالیت تجاری، اقتصادی و خدماتی است. اما با توجه به گستردگی حوزه های فعالیت سازمان ها، گام های لازم جهت تحقق این امر را میتوان شناسایی مشتریان اصلی (به دلیل اینکه سهم بسیاری از بازار سازمان را در اختیار دارند)، شنیدن ندای مشتری و انجام اقدامات لازم جهت تحقق خواسته های آن ها دانست. در این مقاله، استفاده از تکنیک های تحلیل سلسله مراتبی و گسترش کیفیت عملکرد را به ترتیب برای شناسایی مشتریان اصلی، شنیدن ندای آن ها و نیز رتبه بندی اقدامات سازمان جهت برآورده کردن نیازهای شناسایی شده مورد بررسی قرار می دهیم

کلمات کلیدی:

تحلیل سلسله مراتبی AHP، گسترش کیفیت عملکرد QFD، نگهداری، مشتریان اصلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/766891>

