

عنوان مقاله:

وفاداری به برندهای خدماتی (مطالعه موردی : شرکت خدمات هوایی آتا)

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی اندیشه های نوین در مدیریت کسب و کار (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

محمد مهبدی - استاد یار موسسه آموزش عالی مولانا

آذر آزادخانکندی - دانشجوی کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی مولانا

خلاصه مقاله:

هدف: آنچه در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته به عنوان هدف، نقش عوامل مختلف بر بهبود وفاداری مشتریان در شرکت خدمات هوایی آتا بوده است. متدولوژی: این پژوهش در ایران و در شهر تهران انجام شده است. مولفه هایی که مورد بررسی قرار گرفته است شنیده ها از برند، شواهد برند و ارتباط این دو و اثرشان بر روی رضایت مشتری و همچنین نگرش و وفاداری برند بوده است. این پژوهش از نوع پیمایشی است، با روش معادلات ساختاری و به کمک نرم افزار AMOS صورت گرفته و از مدل SBL به عنوان مدل مبنا استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش از میان کلیه مشتریان و استفاده کنندگان از خدمات شرکت خدمات هوایی آتا به طور اتفاقی انتخاب شدند، تعداد آنها 400 نفر بودن و اطلاعات مورد نیاز، از طریق پرسشنامه جمع آوری گردید. یافته ها: از بررسی مولفه ها در این پژوهش به این نتیجه رسیدیم، شواهد برند که شامل نام برند (پرآوازه بودن برند)، نحوه برخورد کارکنان، احساسات، قیمت و شرایط ظاهری برند می باشد بر وفاداری مشتریان موثر می باشد، همچنین رضایت مشتریان در سطح قوی با وفاداری مشتریان در ارتباط است بدین مفهوم که کیفیت ادراک شده از خدمات بر رضایت مشتریان تاثیر گذار می باشد، که می توان این رضایت مندی را به وفاداری ارتقا داد. محدودیت های تحقیق: در این پژوهش تنها به بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان از منظر مدل SBL تاکید داشته و به بررسی سایر مولفه ها و عوامل موثر بر وفاداری مشتریان پرداخته نشده است. کاربرد مفاهیم علمی: اطلاعات موجود در این پژوهش می تواند منبعی است قابل استفاده در شرکت هواپیمایی آتا و سایر شرکت های خدمات هواپیمایی می باشد. اصالت/ارزش: نتایج بیانگر تاکید بر بهبود وفاداری مشتریان، ارزیابی دوره ای سنجش نگرش مشتریان نسبت به برند شرکت و راهکارهایی برای بهبود نقاط ضعف از منظر و نگرش مشتریان است و همچنین، ارتقای کیفیت و کمیت در زمینه کانالهای توزیع و تسهیل در ارائه خدمات هوایی می باشد.

کلمات کلیدی:

وفاداری مشتریان، رضایت مشتریان، نگرش، برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/789781>

