

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری و مهمان نوازی در گردشگری

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی رویکردهای نوین در مدیریت کسب و کار و حسابداری با تاکید بر ارزش آفرینی و اقتصاد مقاومتی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

سید سیامک موسوی - دکتری مدیریت استراتژیک و گردشگری آذربایجان شرقی، دانشگاه آزاد اسلامی عجب شیر

هما سروری لاله - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بین الملل آذربایجان شرقی، تبریز

خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری و مهمان نوازی نقش اساسی در بهبود عملکرد کسب و کار و افزایش رضایت مشتری در زمینه صنعت خدمات دارد و گردشگری نیز به عنوان بزرگترین صنعت خدماتی جهان از نظر درآمدزایی شناخته شده است. بنابراین ما میتوانیم با بررسی مدیریت ارتباط با مشتری و مهمان نوازی در گردشگری باعث رونق بیشتر این صنعت در کشورمان باشیم و در افزایش آمار گردشگران ورودی نقش اساسی ایفا کنیم. با توجه به رویکردهای سیاسی چنددهه اخیر فشارهای سیاسی و اقتصادی که از طرف کشورهای مستبد بر کشور عزیزمان وارد گشته و از نظر تبلیغاتی، یک نوع هراسی را در منطقه شکل داده اند و با توجه با این امر که همه مردم و مسیولین یکصدا خواهان غلبه بر این فشارهای اقتصادی و تبلیغات منفی آنها می باشند و ما میتوانیم با برقراری ارتباط صحیح با مردمان سایر کشورها باعث خنثی شدن تبلیغات منفی آنها شویم و با توجه به پیام مقام معظم رهبری در آغاز سال 97 در خصوص حمایت از کالای ایرانی و با توجه به این موضوع که گردشگری نیز یک کالای صادراتی ایران است و با توجه به نقش و جایگاه مدیریت ارتباط با مشتری در گردشگری اشاره شده و به عنوان عاملی برای افزایش گردشگران ورودی و تبلیغ فرهنگ ایرانی و خنثی سازی ایران هراسی مورد توجه قرار می گیرد. در این مقاله سعی شده است تا با بیان تاریخچه و تعاریفی از مدیریت ارتباط با مشتری و مهمان نوازی، در جهت افزایش گردشگران ورودی، اهمیت درآمد زایی آن را برای کشور مطرح کند و در پایان مقاله نیز برای اینکه بتوانیم در خصوص گردشگران ورودی با کشورهای همسایه رقابت لازم را داشته باشیم پیشنهاداتی مطرح گردیده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، مهمانداری، مهمان نوازی، گردشگری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/822445>

