

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر رضایت مشتریان در شرکت خودرو سازی مدیران خودرو

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه ای و جهانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

علی کاویان فر - کارشناس ارشد مدیریت کسب و کار از دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

رضایت مشتریان و شناخت عوامل موثر بر آن از مهمترین فعالیتهایی است که در شرکتهای بازرگانی و تولیدی و خدماتی بایست مورد توجه قرار گیرد. امروزه سازمانهایی در کسب سود موفق میگردند که در جلب رضایت مشتریان خود در بازارهای هدف بیش تر تلاش نمایند. خریداران امروز بانبوهی از محصولات مواجه هستند و انتظارات آنها در مورد کیفیت کالاها و خدمات با گذشته تفاوت زیادی دارد. با توجه به این واقعیتها، خریداران، کالاها و خدماتی را انتخاب خواهند کرد که با نیازها و انتظارات آنها مطابقت بیشتری داشته باشد. وظیفه بخش بازاریابی شرکتها ایجاد میکند که عوامل موثر بر رضایت مشتریان را شناسایی و جهت جلب رضایت مشتریان خود تلاش نمایند. این پژوهش نیز به منظور بررسی و شناسایی عوامل موثر بر رضایت مشتریان در شرکت خودرو مدیران خودرو با روش تحلیل سلسله مراتبی AHP فازی صورت گرفته است. نتایج نشان داده است که از نظر مشتریان شرکت ویژگی خودرو از بیشترین اولویت برخوردار است و در مرحله دوم خدمات پس از فروش و در مرحله سوم زمان مراجعه به عنوان موثر شناسایی شده است.

کلمات کلیدی:

تحلیل سلسله مراتبی، AHP فازی، رضایت مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/915417>

