

عنوان مقاله:

تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر وفاداری مشتریان باشگاه های ورزشی شهر ایلام

محل انتشار:

سومین همایش ملی راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار در علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

زهرا شریفیان - کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ایلام

شمس الدین رضایی - استادیار دانشگاه ایلام

خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری به مجموعه اقداماتی که بمنظور جذب، نگهداری، توسعه و بهینه سازی روابط طولانی و ارزشمند بین سازمان و مشتری صورت میگیرد گفته میشود. بدین منظور کلیه مراکز تفریحی - ورزشی میتوانند از طریق (CRM)، ضمن بهره برداری از مزایای وفاداری مشتری، موقعیت خود را در این بازار رقابتی بهبود بخشند. از اینرو این پژوهش با هدف بررسی نقش مدیریت ارتباط با مشتری در وفاداری مشتریان باشگاه های ورزشی شهر ایلام انجام گرفت. پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع تحقیقات کاربردی و بر اساس چگونگی به دست آوردن داده های مورد نیاز از نوع تحقیقات توصیفی و همبستگی بود. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مشتریان باشگاه های ورزشی شهر ایلام میباشد که تعداد آنها نامحدود در نظر گرفته شدهاند. ابزار جمعآوری داده ها در این تحقیق پرسشنامه محقق ساخته بود که پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ 0/82 بدست آمده است. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS 20 و AMOS در دو بخش آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و...) و استنباطی (آزمونهای کلموگروف - اسمیرنوف، t تک نمونهای و تحلیل عاملی تاییدی) مورد تحلیل قرار گرفت. یافته های این تحقیق نشان میدهد؛ بین مولفه های مدیریت ارتباط با مشتری (درک و دستهبندی مشتری، ارتباط متقابل با مشتری، شناخت، جذب و حفظ مشتری، مدیریت دانش و فناوری) با وفاداری مشتری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج تحقیق نشان داد که مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و شاخصهای آن یعنی درک و دستهبندی مشتری، ارتباط متقابل با مشتری، شناخت، جذب و حفظ مشتری و مدیریت دانش و فناوری تاثیر مثبت و معنیداری بر وفاداری مشتریان دارد. به طور کلی میتوان نتیجه گرفت که CRM بر وفاداری مشتریان باشگاه های ورزشی شهر ایلام تاثیر مثبت و معناداری دارد، بنابراین کیفیت ارتباط با مشتری در سازمانهای خدماتی ورزشی که به سرعت در حال افزایش و دارای رقابتپذیری بسیار نزدیکی با یکدیگر هستند بیش از هر عاملی دیگری بر بهبود و یا تخریب کسبکار شما تاثیر میگذارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، مشتری، باشگاه های ورزشی، وفاداری.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/926230>

