

عنوان مقاله:

اهمیت تحقق مشتری مداری

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی علوم انسانی و مطالعات رفتاری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

روزبه حبیبی - استادیار دانشگاه پیام نور

فاطمه جهان دفاعی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی

میلاد داداشی نژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی

خلاصه مقاله:

در دنیای کنونی مشتری به راهبر تولید کنندگان، سرمایه گذاران و حتی محققان و نوآوران تبدیل شده است و بسیاری از مفاهیم و تئوری ها بر محور مشتری و مشتری مداری نگارش شده اند و تمامی تلاش ها توسط بنگاه های اقتصادی برای تامین نیازهای مشتری و کسب رضایت و اعتماد مشتری انجام می گیرد و به همین علت است که امروزه موفق بودن یا نبودن بنگاه اقتصادی رابطه مستقیمی با رفتار مشتری دارد، چون مشتری با مطالعه و بررسی نیازهای خود از بین کالاهای متنوع موجود و با توجه به امکانات و سلیقه اش به ارزیابی پرداخته و در نهایت کالای مورد نیازش را انتخاب میکند .. قرن حاضر با خصوصیت هایی همچون فراوانی عرضه، گسترش رقابت، تحولات فناوری، جهانی شدن و ... همراه است که بعضی ثمرات آن برای مشتریان انفجار انتخاب، افزایش قدرت چانه زنی و دستیابی به ارزش بیشتر است . در ارتباط تعاملی بین صنعت به معنای مجموعه ای از رقبا که در یک بازار هدف تعریف شده با هم رقابت می کنند و بازار به معنای مجموعه ای از مشتریان بالفعل و بالقوه بنگاه های اقتصادی آنچه به ظاهر داد و ستد میشود، کالا یا خدمتی است که بنگاه به مشتریان خود می دهد و در مقابل، پول یا شبه پول می گیرد، اما در حقیقت مشتریان، کالا یا خدمت نمی خرند، بلکه ارزش را از بنگاه های اقتصادی دریافت می کنند . در دنیای رقابتی امروز شرکت هایی موفق هستند که بتوانند ارزش های بیشتری برای مشتریان به وجود آورند.

کلمات کلیدی:

مشتری، ارتباط با مشتری، مشتری مدار، اقتصاد رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/331515>

