

عنوان مقاله:

استقرار سیستم اندازه گیری رضایت مشتریان داخلی با استفاده از رویکرد Triple Role

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

مجید ناصحی - مدیر دفتر مدیریت استراتژیک و بهره وری شرکت برق منطقه ای تهران فوق لیسا

محمدحسین جوادی - فوق لیسانس مهندسی صنایع

خلاصه مقاله:

امروزه رضایت ذینفعان بصورت اعم و مشتریان به صورت اخص بعنوان یکی از مهمترین شاخصهای کلیدی موفقیت سازمان ها محسوب گردیده و در بازار رقابتی به عنوان یک مزیت عمده مطرح می باشند اهمیت رضایت مشتریان در حدی است که بسیاری از صاحبانظران ان را معادل کیفیت می دانند در یک تقسیم بندی عمومی مشتریان به دو بخش تقسیم می گردند مشتریان خارجی و داخلی، مشتریان خارجی در بیرون سازمان بوده و محصولات و یا خدمات آن را خریدار می نمایند در برابر مشتریان خارجی هر سازمان تعدادی مشتری داخلی نیز دارد که به اندازه مشتریان خارجی مهم هستند در تمامی مراحل عملیات و فرایند های سازمان همواره یک مشتری داخلی وجود دارد که محصول یا خدمتی را دریافت می کند و در عوض محصول یا خدمتی را ارائه می دهد با گردهم آمدن واحدهای سازمانی بعنوان مشتری و عرضه کننده تامین کننده در کنار یکدیگر موانع سنتی بین واحدهای سازمان شکسته شده و هریک از واحدها چیزی را به واحد یا واحدهای دیگر عرضه می کند که به موجب آن یکی به عنوان عرضه کننده داخلی و دیگری به عنوان مشتری داخلی عمل میکند.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/100534>

