

عنوان مقاله:

تاثیر ارتباطات کلامی و غیر کلامی در رفتار با مشتریان (مطالعه موردی: شعب بانک سپه شهر کرمان 1392)

محل انتشار:

اولین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

اعظم راجی زاده - کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان

یوسف احمدی - استادیار و عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان

محمدحسین نکویی - استاد و عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان

خلاصه مقاله:

دنیای پر رقابت امروز، موفقیت را از آن سازمان هایی کرده است که بتوانند با تکیه بر سیاستهای ارتباطی و اتخاذ شیوه های مشتری مدارانه بیش از گذشته فعالیت کنند. این مهم میسر نمی شود، مگر آنکه علاوه بر لحاظ کردن کیفیت و مرغوبیت کالاها به نکات اخلاقی و روانشناسی در خصوص مشتریان نیز اهمیت داد. از این رو آموزش و فراگیری مهارتهای کلامی و غیر کلامی از الزامات اصلی و اساسی سازمانهای مشتری محور به شمار می رود. این مقاله سعی دارد با مروری بر یافته های مربوط به مهارتهای کلامی و غیر کلامی جهت آموزش و فراگیری کارکنان و اهمیت آن به حفظ، جذب و نگهداشت مشتریان بپردازد. این تحقیق در بین کارکنان شعب بانک سپه شهر کرمان و با ابزار پرسشنامه، توسط نرم افزار SPSS انجام شد. نتایج به دست آمده نشان داد، کیفیت به تنهایی پاسخگویی نیازهای سازمان نخواهد بود از این رو برقراری روابط دوستانه همانند روابط زبانی و چشمی و دارا بودن ظاهری آراسته برای سازمان و کارکنان جهت حصول به اهداف مورد نظر بسیار مهم و حائز اهمیت می باشد.

کلمات کلیدی:

مهارتهای کلامی مهارتهای غیر کلامی مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/290001>

