

عنوان مقاله:

مدل پیشنهادی برای جذب مشتریان هتل با توجه به کیفیت محیط فیزیکی و ارزش های سودگرایانه و لذت جویانه

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

سعید سعیدا اردکانی - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه یزد

سلیمان زارع - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه یزد

خلاصه مقاله:

مساله در این پژوهش مروری این است که هتل ها چه برنامه هایی را در هتل می توانند به کار گیرند تا بیشترین مشتری را جذب نمایند و حتی مشتریان قبلی را حفظ کنند. هدف تحقیق بررسی کیفیت محیط فیزیکی و ارزش های سودگرایانه و لذت جویانه مشتریان هتل جهت تاثیرگذاری بر جذب مشتری می باشد. در مبانی نظری تحقیق نیاز در مورد ویژگی های هتل، شرایط کلی هتل، بخش بندی بازار در صنعت هتلداری، کیفیت، کیفیت محیط فیزیکی، ارزش های سودگرایانه و لذت جویانه و ارتباطات با مشتریان و مهمانان هتل، ادبیاتی از پیشینه تحقیق آورده شده است. از آنجائیکه برای مشتریان هتل های ساهستاره به پایین به دلیل غالب بودن ارزش های سودگرایانه قیمت اهمیت دارد و برای مشتریان هتل های سه ستاره به بالا با توجه به غلبه ارزش های لذت جویانه کیفیت بیشتر مورد نظر قرار می گیرد لذا در این پژوهش برای هر دسته از مشتریان و نوع ارزش های سودگرایانه و لذت جویانه آن ها، راهکارهایی جهت جذب مشتری ارائه شده است. مدیران هتل بیاد کیفیت محیط فیزیکی هتل را تا حد ممکن بهبود دهند تا مشتریان ارزش های سودگرایانه و لذت جویانه را کسب نمایند.

کلمات کلیدی:

کیفیت محیط فیزیکی، ارزش سودگرایانه، ارزش لذت جویانه، هتل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/445212>

