

## عنوان مقاله:

بررسی تأثیر کیفیت رابطه با مشتری بر وفاداری مشتریان

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد پویا ایران - مالزی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

یحیی توماج - استادیار دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار

هومن صباغ پور - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار

## خلاصه مقاله:

در دنیای پرقابیت امروز ادامه حیات سازمان ها در گرو وفاداری مشتریان آنهاست. بنابراین شناسایی عوامل مؤثر بر وفاداری مشتریان عامل تعیین کننده چگونگی موقعیت آنهاست این مقاله به صورت مروری از بررسی تحقیقات انجام شده در زمینه بازاریابی به بررسی تأثیر کیفیت رابطه با مشتری بر وفاداری مشتریان می پردازد. کیفیت رابطه با مشتری ابعاد زیادی دارد که بیشتر تحقیقات انجام شده آن را شامل رضایت، اعتماد و تعهد مشتریان معرفی می کنند. بر خلاف بسیاری از تحقیقات بازاریابی که تنها رضایت مشتری از کالا یا خدمات دریافت شده را عامل وفاداری مشتریان می دانستند، این تحقیق بعد کلی کیفیت رابطه با مشتری که شامل رضایت، اعتماد و تعهد مشتریان می شود را به عنوان مهمترین عوامل وفاداری مشتریان معرفی کرده است.

## کلمات کلیدی:

کیفیت رابطه با مشتری، رضایت مشتری، اعتماد، تعهد، وفاداری مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/508881>

