

عنوان مقاله:

نقش عوامل سودآوری و عملیات حسابداری بر جذب و وفاداری مشتریان

محل انتشار:

اولین همایش حسابداری، مدیریت و اقتصاد با رویکرد پویایی اقتصاد ملی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

محمد سراجی - کارشناس ارشد حسابداری و مدرس دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

براساس نظر لایت، مدیریت حسابداری چیزی نیست جز، تکامل برخی فرایندهای کسب و کار مانند، بازاریابی مبتنی بر رابطه و سیستم ارتباط با مشتری. البته با در نظر گرفتن این نکته که در بحث سیستم ارتباط با مشتری تاکید روز افزونی بر بهبود و تقویت حفظ مشتری از طریق مدیریت اثربخش روابط با مشتریان وجود دارد. با توجه به این مهم لازم است که عوامل سودآوری و عملیات حسابداری و نقش آنها در جذب و وفاداری مشتریان مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرد و بر مبنای آن به برنامه ریزی پرداخته شود. پژوهش حاضر بر اساس روشی تحلیلی-توصیفی و بهره گیری از منابع موجود به بررسی نقش عوامل سودآوری و عملیات حسابداری بر جذب و وفاداری مشتریان پرداخته است و سعی نموده است نقش این عوامل و میزان تاثیرگذاری آنها را مورد واکاوی قرار داده و بر مبنای اهمیت آنها به نتیجه گیری اقدام نماید. نتایج بیانگر آن است که در بازار پر رقابت و آشفته همگانی شرکت ها و سازمان ها نیاز دارند که به حفظ مشتریان فعلی خود بیاورند و در ایجاد مشتریان جدید همت گماشته و به طور کلی رضایت و وفاداری آنها را ایجاد نمایند. بنابراین نیاز است که به استراتژی های جدید بازاریابی و عملیات موفق حسابداری دست زده و از راهکارهای مختلفی استفاده نمایند. یکی از این راهکارها خلاقانه فعلی در زمینه بازاریابی و ایجاد رضایت مشتری استراتژی های بازاریابی و عملیات آینده نگر حسابداری می باشد. این نوع بازاریابی به ایجاد رابطه دوگانه بر اساس تحولات جدید می باشد و همچنین استفاده از تجارت الکترونیک در کسب مشتری، نگهداری مشتری، کسب رضایت آنها و اعتماد و وفاداری آنها می باشد که استفاده از راهکاری کسب و کار برای مشتری یکی از مهم ترین این اقدامات می باشد.

کلمات کلیدی:

سودآوری، عملیات حسابداری، جذب مشتری، وفاداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/660682>

