

اهمیت وفاداری مشتری در بازاریابی خدماتی

زهرا رستمی^۱، مریم پرهام‌نژاد^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی)، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی)، موسسه آموزش عالی زند شیراز، ایران

چکیده

رقابت شدیدی که امروزه در هر کسب و کاری وجود دارد، موجب ساخت روابط محکم‌تر بین شرکت - مشتری شده است. بازاریابان و مدیران در تلاش هستند که با کسب اطلاعات با ارزش از نیازهای مشتریان و گسترش روابط بلندمدت با آنان موجبات وفاداری مشتریان را فراهم آورند. فاکتورهای زیادی همچون کیفیت، قیمت، بازاریابی و... موجب وفاداری مشتریان می‌شوند. ما در این مقاله به بررسی اهمیت وفاداری مشتری در بازاریابی خدماتی می‌پردازیم. ابتدا در خصوص بازاریابی خدماتی و استراتژی‌های آن توضیح داده شده و سپس فاکتورهایی را که موجب وفاداری مشتریان می‌شوند بررسی خواهند شد.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی خدماتی، وفاداری مشتری، کسب و کار

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۷، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۰، صفحات ۲۱-۱۶