

عوامل موثر بر رضایتمندی توزیع‌کنندگان فرش ماشینی با مدل کانو

محمدحسین ابویی^۱، مریم صمدی دارافشانی^۲

^۱ یزد، صفائیه، دانشگاه یزد، دانشکده مهندسی صنایع، دفتر رئیس دانشکده ؛ mhabooie@yahoo.com

^۲ یزد، صفائیه، دانشگاه یزد، دانشکده مهندسی صنایع، دفتر رئیس دانشکده ؛ maryam_afshani@yahoo.com

چکیده

امروزه اندازه‌گیری و تعیین سطح رضایت مشتریان سازمانها به یکی از دغدغه‌های اصلی مدیران آنها بدل شده است. از آنجا که توزیع‌کنندگان یک کالا نقش تعیین‌کننده‌ای را در توسعه فروش یک محصول بازی می‌کنند، هدف این مقاله تعیین عوامل ضروری و انگیزشی در رضایت توزیع‌کنندگان فرش ماشینی است. بدین منظور رفتار تولیدکنندگان فرش ماشینی، از دیدگاه توزیع‌کنندگان آن با استفاده از مدل کانو مورد بررسی قرار گرفته است. با بررسی این عوامل، نه تنها عوامل ضروری یا انگیزشی لازم که یک تولیدکننده فرش برای افزایش فروش به مشتری اولیه باید فراهم کند تعیین می‌شود، می‌توان رفتار خرید مشتری نهایی را نیز تا حد زیادی تحت تاثیر قرار داد. پژوهش حاضر، مطالعه‌ای توصیفی-تحلیلی است که با هدف تعیین و اولویت‌بندی عوامل ضروری و انگیزشی در رضایت توزیع‌کنندگان فرش ماشینی بر اساس الگوی کانو در سال ۱۳۹۰ با مشارکت ۳۰ توزیع‌کننده فرش ماشینی در شهر یزد انجام پذیرفت. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته جمع‌آوری شده و سپس با استفاده از جدول کانو، ضرائب رضایت و عدم رضایت تحلیل گردید.

کلمات کلیدی

رضایت مشتری، الگوی کانو، مدیریت ارتباط با مشتری، تحلیل نیازهای مشتری.

Effective factors to satisfy carpet distributors using Kano model

M. Abooei, M. Samadi Darafshani

ABSTRACT

Today, one of the principal concerns of the organizations and their management is and determining the level of customer's satisfaction. Since distributors have a determining role in sales promotion of a product, the purpose of this paper is to identify the motivational factors and their needs to satisfy the carpet distributors. Thus, the behavior of carpet manufacturers are being watched and analyzed from the distributor's point of view using the Kano model. By examining these factors, not only essential or motivational factors that are necessary for a carpet manufacturer is determined to increase sales, but also final customer buying behavior will be greatly impressed. This research is a descriptive and analytic study that determines and prioritizes the motivational factors in carpet distributors based on Kano model in partnership with carpet distributors in the city of Yazd. Data collected from questionnaires and then the coefficients of satisfaction and dissatisfaction were analyzed using Kano table.

KEYWORDS

Customer satisfaction, Kano model, Customer relationship management, Customer requirement analysis.

^۱ مریم صمدی دارافشانی، اصفهان، سه راه سیمین، کوی ولیعصر، خیابان شیدای اصفهانی، فرعی ۴، پلاک E540. تلفن ۰۹۱۳۴۱۱۰۲۶۶ - ۰۳۱۱۷۸۵۰۶۹۴