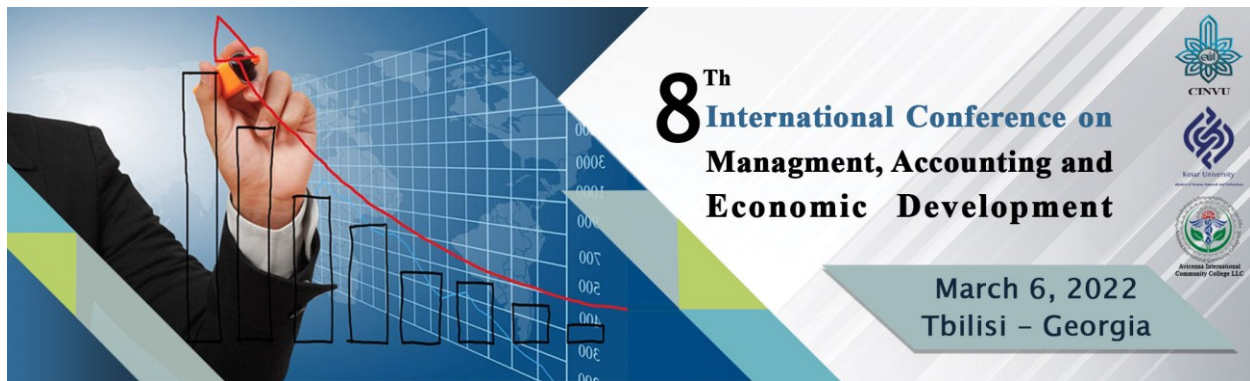




مدلسازی عوامل موثر بر هوش هیجانی و مدیریت رفتار با مشتری و فروش نقدی در شرکت های خصوصی شهر کرمانشاه

رومینا ایزدی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بین المللی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه

چکیده

این تحقیق با هدف کلی بررسی تاثیر رابطه بین هوش هیجانی و نحوه رفتار با مشتری بر فروش نقدی در شرکت های خصوصی استان کرمانشاه انجام شده است. مضمون از این نگارش این است که ما ارتباط و تاثیر میزان هوش هیجانی را بررسی کرده و به رویکرد مدیریتی رفتار با مشتری که این مقوله به درک مشتری و تاثیر گذاشتن بر او که یک رابطه پیوسته و مناسب است و میزان تاثیر گذاری آن ها را در مسیله ی مهم فروش به صورت نقدی که امروزه با توجه به رقابتی شدن بازار در ارایه خدمات به مشتری به مبحث مهمی تبدیل شده است را مورد مطالعه قرار میدهم. تحقیق حاضر توصیفی- پیمایشی با هدف بررسی تاثیر هوش هیجانی ۲۸۸ شرکت خصوصی استان کرمانشاه به روش نمونه گیری تصادفی ساده بر فروش نقدی و مدیریت رفتار با مشتریان، انجام شد. جمع آوری داده از طریق سه پرسشنامه استاندارد، پرسشنامه هوش هیجانی سیریا شرینگ، پرسشنامه مهارت فروش دوبهل کار و همکاران ۲۰۱۵ و پرسشنامه مدیریت رفتار با مشتری سین و همکاران ۲۰۰۵ میباشد. تحلیل یافته ها از طریق تحلیل مسیر و با استفاده از نرم افزار ایموس ۲۴ انجام شد و یافته های تحقیق نشان میدهد که هوش هیجانی افراد و نحوه ی ارتباط آنها با مشتری میتواند بر میزان فروش شرکت های خصوصی استان کرمانشاه تاثیر گذاشته و همچنین فروش نقدی را به حداکثر برساند.

واژگان کلیدی: مدلسازی، هوش هیجانی، مدیریت رفتار با مشتری، فروش نقدی