

چکیده

شناخت و ارزیابی رضایت مشتریان برای سازمان‌های خدماتی از اهمیت و اولویت خاصی برخوردار است، زیرا که روشن است مشتری عامل اساسی و حیاتی بقاء و رشد در سازمان می‌باشد. در این تحقیق تاثیر شخصیت نمایندگان فروش بر رضایت مصرف‌کننده از طریق سنجش نظرات تمایلات رفتاری آتی مورد بررسی قرار گرفت. داده‌ها بر اساس نمونه مناسبی از نمایندگان فروش یک شرکت خدمات اینترنتی بوسیله پرسشنامه جمع‌آوری شده و با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری توسط نرم‌افزار Amos ثابت کردیم که ویژگی‌های شخصیت نماینده فروش تاثیر مستقیم یا غیرمستقیم بر متغیرهای موضوع تحقیق دارد. انتظار می‌رود با ارزیابی شخصیت نمایندگان فروش و در نظر گرفتن هزینه تغییر به عنوان متغیر تعدیل‌گر، گامی مهم در پیشرفت سازمان و رضایتمندی مشتریان برداشته باشیم، تحقیق سازمان‌هایی که از سطوح بالای رضایت مشتری برخوردارند، همواره قوی‌تر و در بلندمدت موفق‌تر هستند.

کلمات کلیدی: رضایت‌مندی، خوشنامی، وفاداری، شخصیت نمایندگان خرده‌فروش