

به نام خدا

اصول مشتری مداری اسلامی

نویسنده: مهدی حاجی علی اکبری

سرشناسه	1	: حاجی علی اکبری، مهدی، ۱۳۶۰-
عنوان و نام پدیدآور		: اصول مشتری‌مداری اسلامی/نویسنده مهدی حاجی‌علی اکبری.
مشخصات نشر		: تهران: نیک یار، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری		: ۱۱۰ ص.
شابک		: ۲۰۰۰۰۰ ریال 9-5-98412-600-978:
وضعیت فهرست نویسی		: فیبا
موضوع		: کسب و کار -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام
موضوع		: Business -- Religious aspects -- Islam
موضوع		: اخلاق کسب و کار -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام
موضوع		: Business ethics-- Religious aspects -- Islam
موضوع		: مصرف‌کنندگان -- رضایت -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام
موضوع		: Consumer satisfaction -- Religious aspects -- Islam
رده بندی مکرر		: BP۲۵۴/۶۵:
رده بندی دیویی		: ۲۹۷/۶۵۵:
شماره کتابشناسی ملی		: ۶۰۶۱۹۷۰:

نشر: نیک یار

چاپ: اول ۱۳۹۸

شمارگان: ۰۰۰ نسخه

شابک: ۵-۶-۹۶۶۶۲-۹۶۲۲-۹۷۸

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

حق چاپ برای ناشر محفوظ می‌باشد

فهرست

مقدمه

تاریخچه بازاریابی

مشتری کیست؟

رضای مشتری و حفظ وفاداری مشتری

چهار دیدگاه اساسی در فلسفه بازاریابی

تجارت از دیدگاه اسلام

ویژگیهای کارکنان مشتری مدار

مشتری مداری و فرهنگ کسب و کار از دیدگاه اسلام

مقدمه

بازاریابی (Marketing)

امروزه مشتری مداری به عنوان یکی از راهکارهای نوین برای افزایش فروش و بازدهی بیشتر در امر تولید، فروش و خدمات مورد توجه بنگاه‌های تولیدی، خدماتی و تجاری قرار گرفته است. و از آن برای افزایش میزان سوددهی و فروش کالا و خدمات استفاده می‌شود. با نگاهی به تاریخچه بازاریابی و سیر تحول آن می‌توان دریافت که در هر زمان و با پیشرفت جوامع، بنگاه‌های اقتصادی دریافتند که تنها با افزایش فروش و سود بیشتر توجه به نیازها و خواست مشتریان را به کالاهای و خدمات مطابق با نیاز مشتریان و توجه به اصول اخلاقی در امر ارائه خدمات و کالا می‌باشد. به طور خلاصه می‌توان گفت که انسانی نگاه داشتن مشتریان هدف نهایی مشتری مداری است که ۴۰ سال قبل از دنیای به ظاهر متمدن امروزی، دین مبین اسلام، اسلام را به رعایت آن توصیه کرده است.

بررسی دقیق مفاهیم کسب و کار در اسلام به روشنی بیانگر رعایت حقوق مشتری یعنی همان مشتری مداری است. مدل کسب و کار اسلامی عالی‌ترین نوع کسب و کار در زمینه مشتری مداری

است و جای هیچگونه اجحاف به مشتری را باقی نمی‌گذارد. امری که امروزه در بازاریابی نوین به عنوان تنها گزینه برای حفظ مشتری و سود بیشتر یاد می‌شود.

برای درک بیشتر موضوع، ابتدا با تاریخچه بازاریابی آشنا می‌شویم. سپس به بررسی توصیه‌های اسلامی در زمینه کسب و کار و صدق‌های عینی آن می‌پردازیم تا دریابیم آنچه که امروزه به عنوان بازاریابی مدرن و پیشرفته برای موفقیت در کسب و کار در کشورهای جهان اول و پیشرفته شناخته می‌شود، نسخه پیش پا افتاده مدل کسب و کار اسلامی است که هنوز هم با ایده‌آل ما فاصله داشته و راه زیادی را برای رسیدن به نسخه کامل آن یعنی کسب و کار اسلامی دارد.

تاریخچه بازاریابی و سیر تحول آن به سوی مشتری‌مداری