

به نام خدا

اصول مشتری مداری اسلامی

نویسنده: مهدی حاجی علی اکبری

سرشناسه	: حاجی علی اکبری، مهدی، ۱۳۶۰-
عنوان و نام پدیدآور	: اصول مشتری‌مداری اسلامی/نویسنده مهدی حاجی علی 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 خنجره	: BP۲۵۴/۶۵ :
رده بندی دیویی	: ۲۹۷/۶۵۵ :
شماره کتابشناسی ملی	: ۶۰۶۱۹۷۰۰

ناشر: نیک یار

چاپ: اول ۱۳۹۸

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹-۵-۹۸۴۱۲-۶۰۰-۹۷۸

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

حق چاپ برای ناشر محفوظ می‌باشد

فهرست

مقدمه

تاریخچه بازاریابی

مشتری کیست؟

رضایت 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 مشتری‌مداری 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. بنابراین به تدریج به تاریخچه بازاریابی و سیر تحول آن می‌توان دریافت که به مرور زمان و با پیشرفت جوامع، بنگاه‌های اقتصادی دریافتند که تنها با افزایش فروش و سود بیشتر توجه به نیازها و خواست مشتریان را عرصه کالاها و خدمات مطابق با نیاز مشتریان و توجه به اصول اخلاقی در امر ارائه خدمات و کالا می‌باشد. به طور خلاصه می‌توان گفت که دینی نگاه داشتن مشتریان هدف نهایی مشتری‌مداری است که ۱۲۰۰ سال قبل از دنیای به ظاهر متمدن امروزی، دین مبین اسلام از زمانه را به رعایت آن توصیه کرده است.

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

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 و سپس به بررسی توصیه‌های اسلامی در زمینه کسب و کار و مدل‌های 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