

أثر إدارة علاقات العملاء الإلكترونية على ولاء العملاء في صناعة الطيران: الدور الوسيط لتجربة العميل

إعداد

مها ظلال سعود الفايز

إشراف

د. نافز نمر علي

جامعة الزيتونة الأردنية، 2024

الملخص

الغرض من هذه الدراسة هو إيجاد أثر إدارة علاقات العملاء الإلكترونية (الأمن، وحل المشكلات، وتوجيه العملاء، والتكنولوجيا) على ولاء العملاء في صناعة الطيران: كما يدرس الدور الوسيط لتجربة العملاء في العلاقة بين إدارة علاقات العملاء الإلكترونية وولاء العملاء. تم استخدام منهج البحث الكمي في هذه الدراسة. تألف المجتمع المستهدف في هذه الدراسة من المسافرين الملكيين الأردنيين؛ وتكونت عينة الدراسة من 386 مسافراً على متن الخطوط الجوية الملكية الأردنية، وتم استخدام أسلوب العينة الملائمة من قبل الباحث. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج (SPSS-V.26). وأظهرت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد إدارة علاقات العملاء الإلكترونية على ولاء العملاء وتجربة العميل. ووجود علاقة بين أبعاد إدارة علاقات العملاء الإلكترونية وولاء العملاء والدور الوسيط لتجربة العميل. وتوصي الدراسة بإعطاء الأولوية لتحسين الفعالية والمستوى العالي من الموثوقية لموقع الخطوط الجوية الملكية الأردنية. الكلمات المفتاحية: إدارة علاقات العملاء الإلكترونية، تجربة العملاء، ولاء العملاء، صناعة الطيران الأردنية.