

Customer Satisfaction 2 رضا المستهلك يعتمد رضا المستهلك على مقارنة الأداء المدرك للمنتج بعد استخدامه بتوقعاته المسبقة عن أداء هذا المنتج. فإن هذا من شأنه أن يجعله في حالة من عدم الرضا عن هذا المنتج والعكس صحيح، أو يحقق ما نطلق عليه أحياناً "إسعاد المستهلك" Customer delighting. وتقوم الشركات الناجحة بالبحث عن جميع الطرق الممكنة للحفاظ على رضا المستهلكين . لأن هؤلاء المستهلكين الراضيين سوف نجدهم يقوموا بمعاودة وتكرار الشراء من الشركة للعديد من المرات. كما أنهم سينقلون خبراتهم الجيدة عن الشركة ومنتجاتها للآخرين. وتنه في الشركات المتميزة أيضاً إلى إسعاد عملائها من خلال قصر و دودها لهم على ما يمكن أن تقدمه فقط ، على أن تحاول بعد ذلك أن تمدهم بما هو أكثر وأكبر من تلك الوعود التي ساقتها إليهم. وعلى الرغم من سعي الشركات الموجهة بالمستهلك إلى إرضاء عملائها بدرجة أكبر مقارنة بالمنافسين، إلا أننا لاتجدها تعمل بصورة فعلية على تعظيم رضا هؤلاء المستهلكين الذين تستهدف التعامل معهم. على الرغم من أن هذا قد يؤدي إلى تخفيض حجم الأرباح التي تحققها. ومن هنا فإن الهدف الرئيسي للنشاط التسويقي يجب أن يتمثل في محاولة توليد وخلق مستهلكين ذوي قيمة مربحة للشركة،