

رضا المستهلك يعتمد رضا المستهلك على مقارنة الأداء المدرك للمنتج بعد استخدامه بتوقعاته 2 Customer Satisfaction المسبقة عن أداء هذا المنتج. فإن هذا من شأنه أن يجعله في حالة من عدم الرضا عن هذا المنتج والعكس صحيح، أو يحقق ما وتقوم الشركات الناجحة بالبحث عن جميع الطرق الممكنة للحفاظ Customer delighting "نطلق عليه أحياناً" إيسعاد المستهلك 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. وتة في الشركات المتميزة أيضاً إلى إيسعاد 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 إننا 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 مربة للشركة