

الملخص

تسويق العلاقات يلعب دورا حيويا في مجموعة متنوعة من القطاعات بما في ذلك قطاع الأدوية والشركات. في هذه الدراسة، سوف نستكشف كيف يمكن الأبعاد تسويق العلاقات وهي الثقة، والاتصالات، والتعامل مع النزاعات، والتعاطف، وجودة الخدمة المقدمة، أن تؤثر على رضا والولاء العملاء في الشركات الصيدلانية الأردنية. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف كيفية تأثير أبعاد تسويق العلاقات على رضا العملاء وولائهم في الشركات الصيدلانية الأردنية. وجمعت البيانات إلكترونيا من 500 مستجيب، وعاد 470 شخصا، 20 منها بيانات مفقوده واعتبرت غير صالحة للاستعمال، لذلك ظلت 450 استبانة مع بيانات كاملة وقابلة للاستعمال. استخدمنا التحليل الوصفي والإحصائي لتحقيق أهداف الدراسة الحالية. وأظهرت نتائج الدراسة الحالية وجود تأثير إحصائي هام لأبعاد تسويق العلاقات على رضا العملاء، حيث يؤدي أي تغيير في أبعاد تسويق العلاقات إلى تغيير في رضا العملاء. كما أظهرت النتائج تأثير إحصائي لأبعاد تسويق العلاقات على ولاء العملاء، وبالتالي فإن أي تغيير في أبعاد تسويق العلاقات يؤدي إلى تغيير في ولاء العملاء، باستثناء الثقة وجودة الخدمة المقدمه لم يكن لها تأثير إحصائي كبير على ولاء العملاء. وأظهرت النتائج وجود تأثير إحصائي هام لرضا العملاء على ولاء العملاء، وهذا يعني أن أي تغيير في رضا العملاء يؤدي إلى تغيير في أداء ولاء العملاء. واستنادا إلى نتائج الدراسة، تبين أن تسويق العلاقات وأبعادها كانت مهمة جدا في قطاع الصيدلانية استنادا إلى النتائج التي لوحظت في الدراسة حول رضا العملاء والولاء. وتوصي هذه الدراسة اصحاب الصيدليات ومديريها باستخدام تسويق العلاقات في مؤسساتهم للفوائد التي يمكن الحصول عليها من هذه الدراسة، والتي يمكن أن تحفز الموظفين على التركيز بشكل أكبر على رضا العملاء التي يمكن أن تؤدي إلى زيادة في أداء المؤسسات.