

## طبقه‌بندی و اولویت‌بندی نیازهای مشتریان بانک با به‌کارگیری مدل کانو و میانگین موزون

سعید اتحادی<sup>۱</sup>، محمدحسین ابوویی<sup>۲</sup>، وحید اتحادی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> سعید اتحادی، دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه یزد، [saeid.ettehadi.68@gmail.com](mailto:saeid.ettehadi.68@gmail.com)

<sup>۲</sup> محمد حسین ابوویی، استادیار دانشگاه یزد، دانشکده فنی و مهندسی، [mhabooie@yazd.ac.ir](mailto:mhabooie@yazd.ac.ir)

<sup>۳</sup> وحید اتحادی، کارشناس ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی اصفهان، [v\\_eti2004@yahoo.com](mailto:v_eti2004@yahoo.com)

### چکیده

حفظ رضایت‌مندی مشتری یکی از مهم‌ترین عوامل در تعیین موفقیت سازمان‌ها و افزایش سطح وفاداری مشتری به حساب می‌آید. این مهم از طریق ایجاد و پیاده‌سازی سیستم‌های سنجش و پایش رضایت‌مندی مشتری به عنوان عامل اصلی در امر بهبود عملکرد به دست خواهد آمد. سازمان‌های خدماتی مانند بانک، از آن‌جا که با اقشار مختلف جامعه، با نیازها و خواسته‌های گوناگون روبرو هستند، شناسایی نیازهای واقعی مشتری و برآورده ساختن آن را امری ضروری می‌دانند. در این پژوهش پس از تحلیل ابعاد و جنبه‌های مختلف مدل کانو، با استفاده از یک پرسشنامه، سعی در شناسایی و رتبه‌بندی نیازهای مشتریان بانک با به‌کارگیری روش کانو و تحلیل میانگین موزون جدول فراوانی است. در گام نخست، نیازهای مورد نظر مشتری با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و تحقیقات میدانی شناسایی، سپس برای طبقه‌بندی این نیازها از مدل کانو استفاده شده و در آخرین گام، جهت اولویت‌بندی و مشخص کردن مهم‌ترین نیازها، تحلیل میانگین موزون جدول فراوانی به‌کار برده شده است. جامعه آماری این پژوهش را تعداد ۱۱۷ نفر از مشتریان بانک تجارت شهرستان یزد تشکیل می‌دهند. در انتها برای به‌کارگیری بهتر مدل رضایت مشتری، برخی پیشنهادات پژوهشی و کاربردی ارائه گردیده است.

### کلمات کلیدی

شناسایی نیازهای مشتریان، رضایت‌مندی مشتری، مدل کانو، تحلیل میانگین موزون جدول فراوانی

## Classification and ranking of bank customer demands using the Kano model and the weighted average

Saeid Etehadi<sup>1</sup>, Mohammad Hossein Abooei<sup>2</sup>, Vahid Etehadi<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Graduate Student, Yazd University, School of Industrial Engineering, [saeid.ettehadi.68@gmail.com](mailto:saeid.ettehadi.68@gmail.com)

<sup>2</sup> Faculty of Engineering, University of Yazd, [mhabooie@yazd.ac.ir](mailto:mhabooie@yazd.ac.ir)

<sup>3</sup> Graduate Student, Yazd University, School of Industrial Engineering, [v\\_eti2004@yahoo.com](mailto:v_eti2004@yahoo.com)

### ABSTRACT

Increasing customer satisfaction is one of the most important factors in determining the success of an organization and increase customer loyalty. This goal will be achieved by creating and implementing of measuring and monitoring systems for customer satisfaction as a key factor for improving the performance. Service organizations such as Bank, due to the fact that are faced with various social groups with various demands, should identify the real demands of the customer and try to fulfill them. In this article, after analyzing various aspects of the Kano model, using a questionnaire we try to identifying and ranking demands of bank customers by the use of Kano model and weighted average analysis. At first, demand of customers recognized using library resources and research. After that, the Kano model is used to classify these demands. Finally, to rank and identify the most important demands, weighted average analysis is used. The sample size for this research is consisted of 117 customers of Tejarat bank in the city of Yazd.

### KEYWORDS

Customer satisfaction, Kano model, Weighted Average by frequency analysis

<sup>۱</sup> سعید اتحادی، دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه یزد، [saeid.ettehadi.68@gmail.com](mailto:saeid.ettehadi.68@gmail.com)