ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC YẾU TỐ QUẢN TRỊ TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG ĐẾN LÒNG TRUNG THÀNH CỦA KHÁCH HÀNG – TRƯỜNG HỢP CÁC SIÊU THỊ TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ

THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT ON CUSTOMER LOYALTY: THE CASE OF SUPERMARKETS IN CAN THO CITY

Tác giả: *Lê Thị Thu Trang, Lưu Tiến Thuận, Nguyễn Thị Phương Dung*

Trường Đại học Cần Thơ; ltttrang@ctu.edu.vn, ltthuan@ctu.edu.vn, phuongdung@ctu.edu.vn

Tóm tắt:

Mục tiêu nghiên cứu là xác định mức độ ảnh hưởng quản trị trải nghiệm khách hàng đến lòng trung thành khách hàng tại các siêu thị Thành phố Cần Thơ. Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện phi xác suất với cỡ mẫu là 217, mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) được sử dụng trong bài nghiên cứu. Kết quả chỉ ra rằng thang đo Quản trị trải nghiệm khách hàng bao gồm bốn thành phần: Yên tâm, tính xác thực, trải nghiệm sản phẩm, trọng tâm kết quả. Kết quả cho thấy, các nhân tố Quản trị trải nghiệm khách hàng ảnh hưởng đến lòng trung thành. Quản trị trải nghiệm khách hàng là một trong những yếu tố quan trọng mà doanh nghiệp cần quan tâm và cần có các giải pháp cải thiện thông qua các thành phần hình thành nên quản trị trải nghiệm khách hàng. Về mặt học thuật, bài nghiên cứu đã đóng góp và hoàn thiện thang đo lường quản trị trải nghiệm khách hàng – một khái niệm vẫn còn khá mới mẻ và chưa nhận được nhiều sự quan tâm ở các doanh nghiệp.

Từ khóa: Quản trị trải nghiệm khách hàng; Sự hài lòng khách hàng; Lòng trung thành; Siêu thị; SEM.

Abstract:

The research aims to determine the impact of customer experience mangement on customer loyalty at the supermarkets located in Can Tho city. Using non-probability convenience sample method, 217 correspondents were directly interviewed by questionnaire. Structural Equation Modeling (SEM) methods are used in this study. The results show that the scale of customer experience management that has affected customer loyalty includes four dimensions: Peace of mind, Moment of Truth, Product experience, Outcome focus. The results also illustrate that there is an influence from the customer experience management on customer loyalty. Customer experience management is one of the important factors that enterprises need to care about and have measures to improve customer satisfaction through its components. This study contributes to and enhances the contents of quality of customer experience - a new concept that few enterprises pay attention to it.

Key words: Customer experience management; Customer satisfaction; Customer loyalty; Supermarket; SEM.