

营销与服务

基于属性重要度的产品定制程度 测量模型及定制策略

徐哲, 刘沁波, 陈立

北京航空航天大学经济管理学院

摘要:

定制程度的高低反映了制造商对顾客个性化需求响应的程度。运用组合分析法建立基于效用的顾客属性定制偏好测量模型和基于属性重要度的产品定制程度测量模型;以笔记本电脑装配定制为研究对象,运用K means聚类将样本分成5个不同的属性偏好群体,测量个体与5个属性偏好群体满意度,比较分析多样化生产方式与定制化生产方式下顾客满意度的差异,建立不同偏好群体定制程度与顾客满意度之间的回归模型。研究表明,按照定制属性重要度从大到小依次进行定制生产比细分市场的多样化生产能更有效地提高顾客满意度。

关键词: 组合分析法 回归分析 顾客满意度 属性重要度 定制程度

ustomization Tactics and the Measurement Model of Customization Degree Based on Attribute Importance

XU Zhe, LIU Qin-Bo, CHEN Li

Beihang University, Beijing, China

Abstract:

The customization degree reflects the level of the manufacturer response to the customer individual requirements. The measuring model of attribute customization preference based on utility and that of customization degree based on attribute importance are established by using conjoint analysis. In research of laptop computer assembly customization, the customers sample is divided into five different attribute preference groups using K means, the satisfaction degree of individual and five attribute preference groups are measured and the diversity of satisfaction degree between diversified production mode and customization mode are comparatively analyzed, and the regression equation is set up, which describes the relationship between customization degree of different preferences groups and customer satisfaction. The results show that customization production in accordance with customization attribute importance can increase the customer's satisfaction much more effectively than market segments production mode.

Keywords: conjoint analysis regression analysis customer satisfaction attribute importance customization degree

收稿日期 2010-04-02 修回日期 网络版发布日期

DOI:

基金项目:

国家自然科学基金资助项目(70871004)

通讯作者: 徐哲(1964~),女,江苏无锡人。北京航空航天大学(北京市100191)经济管理学院教授、博士研究生导师。研究方向为质量管理。

作者简介:

作者Email: xuzhebuaa@163.com

参考文献:

本刊中的类似文章

1. 贾新明,田澎.蒙特卡罗模拟法在顾客满意度指数研究中的应用[J].管理学报,2010,7(8):1171-
2. 殷焕武.基于粗糙集属性重要度的岗位评价方法及其应用[J].管理学报,2010,7(5):683-

扩展功能

本文信息

- ▶ Supporting info
- ▶ PDF(846KB)
- ▶ [HTML全文]
- ▶ 参考文献[PDF]
- ▶ 参考文献

服务与反馈

- ▶ 把本文推荐给朋友
- ▶ 加入我的书架
- ▶ 加入引用管理器
- ▶ 引用本文
- ▶ Email Alert
- ▶ 文章反馈
- ▶ 浏览反馈信息

本文关键词相关文章

- ▶ 组合分析法
- ▶ 回归分析
- ▶ 顾客满意度
- ▶ 属性重要度
- ▶ 定制程度

本文作者相关文章

- ▶ 徐哲
- ▶ 刘沁波
- ▶ 陈立

PubMed

- ▶ Article by Xu, Z.
- ▶ Article by Liu, Q. B.
- ▶ Article by Chen, L.

3. 刘彬, 朱庆华. 制造企业绿色采购实践对绩效影响的实证研究[J]. 管理学报, 2009,6(7): 924-
4. 鲍新中, 刘澄. 一种基于粗糙集的权重确定方法[J]. 管理学报, 2009,6(6): 729-
5. 王勇, 庄贵军, 刘周平. 企业对顾客直接投诉的反应及其影响[J]. 管理学报, 2007,4(3): 318-
6. 涂荣庭, 赵占波. 顾客满意度测量探讨: 量表设计、信度和效度[J]. 管理学报, 2008,5(1): 33-
7. 买忆媛, 甘智龙. 我国典型地区创业环境对创业机会与创业能力实现的影响——基于GEM数据的实证研究[J]. 管理学报, 2008,5(2): 274-
8. Eugene W.Anderson ; Claes Fornell; Donald R.Lehmann, 刘金兰, 康健. 顾客满意度、市场份额与利润率的关系——来自瑞典的发现[J]. 管理学报, 2005,2(1): 115-
9. Eugene W.Anderson, Claes Fornell, Roland T.Rust, 刘金兰, 余颖, 康健. 顾客满意度、生产率和利润率在产品和服务间的差别[J]. 管理学报, 2005,2(2): 245-
10. Claes Fornell, Sunil Mithas, Forrest Morgeson, M.S.Krishnan, 刘金兰, 余颖, 白寅. 顾客满意度与股票价格[J]. 管理学报, 2005,2(5): 624-
11. 饶育蕾, 贾文静. 影响CEO过度自信的因素分析 ——来自我国上市公司的经验证据[J]. 管理学报, 2011,8(8): 1162-

文章评论

| | | | |
|------|----------------------|------|-----------------------------------|
| 反馈人 | <input type="text"/> | 邮箱地址 | <input type="text"/> |
| 反馈标题 | <input type="text"/> | 验证码 | <input type="text" value="4735"/> |