

عنوان مقاله:

اندازه گیری سیستم مدیریت ارتباط با مشتری با استفاده از تحلیل پوششی داده های شبکه ای توام با اثر دینامیکی

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سیدجواد صالح زاده - مسئول واحد صنایع شرکت قند نقش جهان

سیدرضا حجازی - استادیار گروه صنایع دانشگاه صنعتی اصفهان

خلاصه مقاله:

در فضای کسب و کار جدید جلب رضایت مشتری جایگاهی مهم و حیاتی در اهداف سازمان ها به خود اختصاص داده و مدیران ارشد به خوبی دریافته اند که موفقیتشان در راه رسیدن به اهداف کلان سازمان در گرو این مطلب است لذا همواره برآنند که با استفاده از اطلاعات و بازخوردهای محیطی بتوانند نیازها و خواسته های ذینفعان خود را برآورده سازند مدیریت ارتباط با مشتری یکی از ابزارهایی است که می تواند نقش بسزایی را در این زمینه داشته باشد اما باید به این نکته اشاره نمود که پس از پیاده سازی این سیستم آیا می توان سازمان را در نیل به اهدافش موفق دانست؟ پاسخ به این سوال مستلزم آن است که سازمان از یک سیستم ارزیابی عملکرد بهره مند باشد یکی از روشهایی که امروزه کاربرد فراوانی در این زمینه داراست تحلیل پوششی داده ها می باشد. در این مقاله مدلی از یک سازمان همراه با ورودی و خروجی های آن پس از پیاده سازی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری ارائه شده و روش تحلیل پوششی داده ها ی شبکه ای را بمنظور ارزیابی کارایی سازمان و تعیین ناکارایی بکارگرفته شده است.

کلمات کلیدی:

کارایی ، مدیریت ارتباط با مشتری، تحلیل پوششی داده های شبکه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/100389>

