

عنوان مقاله:

اثر ایجاد مدیریت ارتباط با مشتریان وفادار در بخش مالی بنگاه

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی یافته های نوین علوم و تکنولوژی با محوریت علم در خدمت توسعه (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

سونیا دادسروش - دانشجوی مرکز علمی کاربردی خانه کارگر، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران

محمدجواد عابدینی خواه - دانشجوی مرکز علمی کاربردی خانه کارگر، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران

محمد آفریدون - دانشجوی مرکز علمی کاربردی خانه کارگر، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

این بررسی با هدف مطالعه نقش پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری در ایجاد وفاداری در مشتریان و ارتباط آن ها با عملکرد مالی کسب و کار انجام شده است. با توجه به بررسی های انجام شده نشان داده می شود که میان پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری و وفاداری مشتریان با عملکرد مالی شرکت رابطه معناداری وجود دارد. همچنین رابطه بین پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری با وفاداری مشتریان نیز مورد تایید قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، وفاداری مشتری، خدمات، فرصت های بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1039007>

