

## عنوان مقاله:

نقش مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در علاقه مندی افراد به مشارکت در رشته های رزمی

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

## نویسنده:

فرشته رضاپور - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه حکیم نظامی قوچان

## خلاصه مقاله:

در این پژوهش به بررسی نقش مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در علاقه مندی افراد به مشارکت در رشته های رزمی پرداخته شده است. هدف این تحقیق، بیان چگونگی گسترش علاقه مندی افراد و ارایه راهکارهای سودمند برای مشارکت آنان در رشته های رزمی با استفاده از فرآیند مدیریت ارتباط با مشتری می باشد. محققان بر این باورند که افراد مرتبط با مبتدیان ورزشی در مشارکت دادن و ترغیب آنان به فعالیت در رشته های رزمی نقش کلیدی ایفا می کنند. البته باید توجه داشت که علاقه هنرجو نیز یک موضوع مهم برای اجرای فرآیند مدیریت ارتباط با مشتری است. این پژوهش از نوع کاربردی بوده و با استفاده از رویکردهای تحقیقاتی به جمعآوری اطلاعات از طریق اسناد و مدارک، مصاحبه ها و تحلیل های موجود پرداخته شده است. یافته های تحقیق حاکی از این است که ساختار اجرایی و تربیتی موجود در سازمان های مرتبط برای گسترش ورزش های رزمی مناسب بوده و میتوان با گنجاندن این رشته ها در برنامه های فوق العاده و اوقات فراغت نوجوانان و جوانان به نتایج قابل توجهی دست یافت. همچنین نتایج پژوهش حاضر نشان میدهد که تجهیزات و امکانات لازم از جمله کیفیت سازمان های مرتبط با ورزش های رزمی، مربیان مجرب، فضای کافی، تجهیزات مناسب، اعمال شیوه مدیریتی مناسب از طریق جذب متخصصین تربیت بدنی در سازمان های آموزشی اعم از مدارس، مراکز دانشگاهی، باشگاه های ورزشی و... در گسترش ورزش رزمی تاثیر مثبت و چشمگیری دارد. افزون بر این، نتایج تحقیق بیان کننده این موضوع است که تاثیر نقش مدیریت ارتباط با مشتری بر علاقه مندی افراد به مشارکت در رشته های رزمی مثبت بوده و با بالا رفتن علاقه و توانایی های مبتدیان ورزشی میتوان انتظار داشت که موفقیت در راستای CRM و جذب بیشتر افراد به سمت رشته های مزبور نیز افزایش یابد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، ورزشهای رزمی، مربی مجرب

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1047138>

