

عنوان مقاله:

بررسی تجربیات موفق و ناموفق پیاده سازی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین حسابداری، مدیریت و علوم انسانی در هزاره سوم (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

علیرضا مقدسی - استادیار، گروه مدیریت دانشگاه بین المللی امام رضا علیه السلام، مشهد

وحید صابری - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشجو، تحصیلات تکمیلی دانشگاه بین المللی امام رضا علیه السلام، مشهد

خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) به همه فرآیندها و فناوری های پیچیده می شود که در شرکت ها و سازمان ها برای شناسایی، ترغیب، گسترش، حفظ و ارائه خدمت به مشتریان به کار می رود. CRM در واقع با حفظ مشتریان سودآور فعلی و جذب مشتریان بالقوه موجب افزایش و ثبات در فروش و سود شرکت ها در بلند مدتی گردد. با استفاده از CRM می تواند چرخه فروش را کوتاه تر و وفاداری مشتری به ایجاد روابط نزدیکتر و درآمد را افزایش دهند. در این مقاله به کلیات سیستم مدیریت روابط با مشتری اشاره شده و نیز چند نمونه از تجربیات موفق و ناموفق کسبکارهای مختلف بررسی شده و در پایان می توان گفت بکارگیری تجربیات صنعت های مختلف به افزایش بازدهی و کارایی صنعت مربوطه کمک کرده و در رسیدن به موفقیت در زمان کوتاه تری کمک شایانی می شود.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، تجربیات موفق و موفق، تجربه مشتری (CX)، تکنیک های فروش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1183190>

