

عنوان مقاله:

بررسی رابطه ی بین مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد شرکت گاز استان مرکزی

محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 4، شماره 1 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

رحمان کریمی - گاز استان مرکزی

مجید نیلی - آزاد نجف آباد

احمد رضا شکرچی زاده اصفهانی - آزاد نجف آباد

عاطفه حمزه لو - گاز استان مرکزی

خلاصه مقاله:

در عصر شفافیت اینترنتی و انتخاب جهانی، سازمان ها دیگر نمی توانند پشت سیاست ها و قیمت هایشان پنهان شوند. با تقسیم بازار به بخش های مختلف و کالایی شدن خدمات، رقابت صرفا بر مبنای قیمت دشوار شده است. مشتریان آن قدر هوشمند هستند که می دانند حق انتخاب دارند و اگر از خدمات ارایه شده سازمان تجربه ی بدی داشته باشند از این حق استفاده می کنند و به سوی رقبا می روند. در واقع اهرم های قدرت از سازمان به مشتریان منتقل گردیده است. گسترش انواع خدمات و افزایش تنوع در نیازهای مشتریان، از دیگر عوامل مهم تغییر صحنه رقابت میان شرکت ها هستند. بنابراین امروزه مهم ترین چالش های تجاری و فن آورانه عبارتند از جذب مشتری و نگه داشتن او، افزایش رضایت و وفاداری مشتری و در نهایت سودآوری شرکت. استفاده گسترده از فن آوری اطلاعات، سازمان ها را قادر می سازد تا برای افزایش آگاهی نسبت به نیازها و احتیاجات مشتریان و درک بهتر آن ها، از دانش فنی همراه با مهارت ها و تخصص لازم بهره مند شوند. در طول دهه ۹۰، فرآیندهای تعاملی مدیریت مشتری مبتنی بر فن آوری اطلاعات، تحت عنوان مدیریت ارتباط با مشتری شناخته می شود. تمرکز اصلی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری بر شکل دهی روابط با مشتریان با هدف بهبود رضایت مشتری و بیشینه ساختن سود ناشی از هر مشتری است. سازمان ها با هر ماهیتی چه تولیدی، خدماتی و یا مطالعاتی ناگزیرند خواسته های مشتریان خود را برآورده سازند. براساس بررسی های بعمل آمده شرکت گاز استان مرکزی در صدد است که تاثیر استفاده از سیستم مدیریت ارتباط با مشتری را بر عملکرد آن شرکت مورد بررسی قرار دهد. در این تحقیق تلاش می شود تا ارتباط موضوع فوق پس از ترسیم مدل مفهومی پژوهش و تدوین فرضیات در شرکت مذکور مورد بررسی قرار گیرد. در این پژوهش، پس از آزمون فرضیات از طریق آزمون آماری خی دو به این نتیجه رسیدیم که بین سیستم مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد شرکت گاز استان مرکزی رابطه وجود دارد. در پایان پیشنهاداتی جهت بهبود عملکرد سیستم مذکور به آن شرکت ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، عملکرد بازاریابی، عملکرد مالی، رضایت مشتری، مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1207063>



