

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر عملکرد سازمانی مطالعه موردی خرده فروشان شهر خرم آباد

محل انتشار:

چهارمین همایش بین المللی دانش و فناوری هزاره سوم اقتصاد ، مدیریت و حسابداری ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

زهره رومیانی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه لرستان

خلاصه مقاله:

در پژوهش حاضر تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر عملکرد سازمانی در خرده فروشان بررسی می شود. این پژوهش، کاربردی و از نظر روش، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری شامل خرده فروشان شهر خرم آباد به تعداد ۳۲۰۰ نفر است که تعداد ۳۴۵ نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده و با استفاده از جدول مورگان انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه است که روایی آن با استفاده از روش روایی تحلیل محتوا و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ با ضریب ۰/۹۶۴ و ۰/۹۱۶ برای دو متغیر مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد سازمانی تایید شد. نتایج نشان داد که متغیر مدیریت ارتباط با مشتری با مقدار بتای ۰/۸۸ بر عملکرد سازمان تاثیر معناداری دارد؛ همچنین مولفه های فناوری اطلاعات، کاربرد مدیریت دانش، پاسخ به مشتری، تعامل سودمند، فرایند CRM، سازماندهی CRM و مشتری محوری دارای تاثیر معناداری بر عملکرد سازمانی هستند. از میان مولفه های متغیر مدیریت ارتباط با مشتری، مولفه سازماندهی (CRM شدت تاثیر برابر با ۰/۸۰۵) بیشترین تاثیر و مولفه فناوری اطلاعات (شدت تاثیر برابر ۰/۴۷۳) کمترین تاثیر را بر عملکرد سازمانی دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، عملکرد سازمانی، رضایت مشتری، خرده فروشان، خرم آباد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1236613>

