

عنوان مقاله:

مطالعه و بررسی چگونگی برقراری ارتباط موثر با مشتری/ ارباب رجوع (CRM) با رویکرد مدیریت استراتژیک در سازمان (مطالعه موردی : شهرداری تهران)

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

مهدی مشهدی - کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی ، رئیس اداره آمار و اطلاعات اداره کل تشخیص و وصول درآمد شهرداری تهران

خلاصه مقاله:

امروزه دنیای کسب و کار به محیط پویا و رقابتی تر تبدیل شده است، و سازمان های مختلف با چالش گسترش سهم بازار خود و پیدا کردن راههای جدید برای جذب، به دست آوردن، حمایت و حفظ مشتریان جهت افزایش درآمد مواجه می باشند. علاوه بر این، سازمان ها به دنبال افزایش بهروری، کاهش هزینه سربار و افزایش ارزش سهام خود می باشند. مشتری کسی است که سازمان مایل است تا با ارزش هایی که می آفریند بر رفتار وی تاثیر بگذارد. CRM فعالیتی نیست که تنها در بخش بازاریابی مورد استفاده قرار گیرد بلکه شامل تغییرات مداوم در مراحل، فرایندهای کاری و فرهنگ سازمانی می باشد. فعالیت هایی که در یک سازمان به منظور شناسایی، پیدا کردن جذب، توسعه و حفظ وفاداری مشتریان سودآور به وسیله ارایه کالا و خدمات مناسب، به مشتریان مناسب، از طریق کانال های مناسب در زمان و هزینه مناسب انجام می دهد.

کلمات کلیدی:

ارتباط ، مدیریت استراتژیک ، مشتری، CRM

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1236742>

