

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی گری موفقیت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

سومین همایش ملی مدیریت دانش و کسب و کارهای الکترونیکی با رویکرد اقتصاد مقاومتی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

سعیده باباجانی محمدی - استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران

سیدجمال الدین ظریفیان پروین حسینی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

در دنیای کنونی مفهوم مدیریت ارتباط با مشتری که به معنی تلاش سازمان جهت ایجاد و ارائه ارزش به مشتری است بسیار مورد توجه قرار گرفته است. استفاده از فناوری و سیستم های اطلاعات در فرایند مدیریت ارتباط با مشتری به بهبود تعامل با مشتری کمک فزاینده ای می کند. تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر مشتری گرایی، قابلیت سازمانی، فناوری اطلاعات و مدیریت دانش مشتری بر عملکرد سازمانی با توجه به نقش میانجی موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری انجام گرفته است. پژوهش حاضر از نظر هدف کمی کاربردی و از نظر روش پژوهش در دسته روش مورد استفاده توصیفی می باشد. در مقاله حاضر، ابتدا ادبیات و پیشینه مرتبط با متغیرهای مشتری گرایی، قابلیت سازمانی، فناوری اطلاعات و مدیریت دانش مشتری، عملکرد سازمانی و موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری ارائه گردید و سپس مدل پیشنهادی ترسیم شد. با توجه به نتایج حاصل از ادبیات تحقیق و سوابق مرتبط با تحقیق حاضر، جهت بهبود عملکرد سازمان لازم است مشتری گرایی، قابلیت سازمانی، فناوری اطلاعات و مدیریت دانش مشتری توجه بیشتری مبذول شود و با توجه به اینکه متغیر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری میتواند نقش سازنده ای در بهبود این مهم داشته باشد، باید زمینه در جهت بهبود مدیریت ارتباط با مشتری تلاش زیادی نمود.

کلمات کلیدی:

مشتری گرایی، قابلیت سازمانی، فناوری اطلاعات، مدیریت دانش مشتری، عملکرد سازمانی موفقیت مدیریت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1243497>

