

## عنوان مقاله:

نقش مدیریت روابط مشتریان الکترونیکی در بازاریابی اینترنتی

## محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات، کامپیوتر و مخابرات (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

احسان عباس پور - گروه مدیریت بازرگانی، واحد آبادان، دانشگاه آزاد اسلامی، آبادان، ایران

لیلا رفیع - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه فن آوری و اطلاعات، موسسه آموزش عالی برخط اهواز، ایران

## خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری به صاحبان کسب و کارهای اینترنتی در برقراری ارتباط سازنده با مشتریان و حفظ آنها کمک می کند. بنابراین، تدوین و استقرار سیستم کارآمد مدیریت ارتباط با مشتری، جزء ضروریات کسب و کارهای اینترنتی محسوب می شود. شرکت های موفق همواره به دنبال به کارگیری روش ها و ابزارهای نوین به عنوان مزیت های رقابتی و جهت نیل به توسعه و بهبود مستمر هستند. یکی از این ابزارها مدیریت ارتباط با مشتری است که با توسعه فن آوری و ارتباطات، امروز با عنوان مدیریت ارتباط مشتری الکترونیک برشمرده می شود. این نوع مدیریت، راهبردی است که از طریق آن، شرکت ها ارتباطاتی سودمند بر پایه ارزش دریافتی و ادراکی مشتریان ایجاد می کنند. شناخت درست و ارزیابی عملکرد ناشی از به کارگیری این ابزار، امروزه دغدغه محققان و مدیران شرکت های جهانی است.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی اینترنتی، کسب و کارهای اینترنتی، مدیریت ارتباط با مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1261267>

