

## عنوان مقاله:

تاثیر پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان ها

## محل انتشار:

نشریه آفاق علوم انسانی، دوره 2، شماره 16 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

حسین باغشخی - دانش آموخته دکتری مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان

حمیدرضا رجب زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات، موسسه آموزش عالی سینا (کاشان)

حسین سفاری - دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات، موسسه آموزش عالی سینا (کاشان)

## خلاصه مقاله:

در دو دهه اخیر مفهومی تحت عنوان مدیریت ارتباط با مشتری در سطح جهانی و محافل علمی مورد استقبال عمومی و پژوهشگران قرار گرفته و اخیرا به طور گسترده ای در شرکت ها و سازمان های زیادی به کار گرفته شده است. علی رغم اثبات فواید و مزایای سیستم مدیریت ارتباط با مشتری و نقش آن در حفظ مزایای رقابتی شرکت ها، فرآیند پیاده سازی آن در برخی موارد بسیار پیچیده بوده و اجرای آن زمان بر و مستلزم صرف هزینه های بسیار زیادی می باشد. با توجه به اهمیت مدیریت ارتباط با مشتری برای سازمان ها، هدف این مقاله بررسی تاثیرات پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان ها می باشد. از این رو، در بخش اول مقاله پس از ارایه یک مقدمه، مفهوم و تعاریف مدیریت ارتباط با مشتری آورده شده و سپس تاریخچه آن ذکر گردیده است. در بخش بعدی اهداف و مزایای اجرای این سیستم بیان شده و در قسمت بعدی به مدل های اجرای موفقیت آمیز سیستم اشاره گردیده است. در بخش انتهایی نیز نتیجه گیری ارایه شده است.

## کلمات کلیدی:

رقابت، مشتری، سودآوری، موفقیت، پیاده سازی، ارزش آفرینی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1273020>

