

عنوان مقاله:

ارزیابی آمادگی الکترونیکی شرکت های توزیع کننده دارو در زمینه پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتریان

محل انتشار:

مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی، دوره 10، شماره 9 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

علیرضا موتمنی - دانشگاه شهید بهشتی

علیرضا کمان قد - دانشگاه شهید بهشتی

خلاصه مقاله:

بقای سازمان ها و شرکت ها در محیط کسب و کار پرتلاطم امروز، در گرو چند عامل مهم، از جمله ارتباط عمیق و پایدار با مشتریان است. مدیریت ارتباط با مشتری، ابزار کارآمد برای تحقق این مهم محسوب می شود؛ اما اجرای پروژا هایی از این دست با ریسک بالا و هزینه فراوانی همراه است. برای کاهش این ریسک، ضروری است که پیش از اجرای آن، آمادگی الکترونیکی سازمان ها ارزیابی گردد و مقدمات پیاده سازی و زیرساخت های لازم آن مهم فراهم شود. در تحقیق حاضر، مدل Verdiet به عنوان مدلی مناسب برای ارزیابی آمادگی الکترونیکی شرکت های توزیع دارو برای پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری انتخاب و پیشنهاد شد و به کمک آن، آمادگی الکترونیکی یکی از بزرگ ترین شرکت های پخش دارو ارزیابی گردید. در این راستا، با استفاده از روش تحقیق توصیفی، وزن و اهمیت شاخص های ارزیابی مشخص شد و با به کارگیری پرسشنامه، از خبرگان نظرخواهی شد. سپس نظرسنجی از مسئولین بخش های عملیاتی این شرکت، آمادگی الکترونیکی سازمان در هر یک از حوزه های ارزیابی مشخص گردید. نتایج نشان می دهد که در میان شاخص های چهارگانه مدل فوق، زیرساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات، اهمیت بیشتری در این ارزیابی دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، ارزیابی آمادگی الکترونیکی، شرکت های توزیع دارو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1290652>

