

## عنوان مقاله:

ارزیابی مالی و رتبه بندی چارچوب های پیاده سازی ارتباط با مشتری الکترونیکی در بنگاه ها

## محل انتشار:

چهارمین همایش ملی فناوریهای نوین در مهندسی برق، کامپیوتر و مکانیک ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

سید علیرضا بشیری موسوی - دانشگاه بین المللی امام خمینی(ره) - مرکز آموزش عالی فنی و مهندسی بوئین زهرا

آرش محجوبی فرد - دانشگاه قم، کارشناس ارشد فناوری اطلاعات

## خلاصه مقاله:

افزایش انتظارات مشتریان، ضرورت آگاهی از نقاط قوت و ضعف سازمان را بیش از پیش آشکار نموده است. مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی از طریق ارتقای تقابل موثر با مشتریان به بنگاهها کمک شایانی می نماید. پیاده سازی استراتژی های مدیریت ارتباط با مشتری، برای بسیاری از سازمان ها دشوار است. این مشکلات بر میزان اهمیت توجه به همه ی دیدگاه ها در این زمینه تاکید دارد. پروژه های مدیریت ارتباط با مشتری نیاز به تغییرات اساسی در بنگاه ها دارند که باعث صرف هزینه های هنگفتی میشوند. با وجود این که موفقیت های تاثیرگذاری از پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری وجود دارد، نرخ شکست آنها بالاست. بنابراین اهمیت و حساسیت استراتژی های پیاده سازی چنین پروژه هایی در سازمان ها به خوبی مشهود است. بحث پیش بینی هزینه ها و سود سیستم های ارتباط با مشتری، نیز زیر شاخه ای از مبحث طراحی و پیاده سازی این سیستم هاست که مقاله حاضر قصد دارد در قالب مطالعه ی موردی به این موضوع بپردازد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی، چارچوب های پیاده سازی ارتباط با مشتری، تحلیل گزینه های انتخاب واقعی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1292715>

