

## عنوان مقاله:

تاثیر فناوری اطلاعات (IT) بر مدیریت ارتباط با مشتریان

## محل انتشار:

چهارمین همایش ملی توسعه علوم فناوریهای نوین در مدیریت، حسابداری و کامپیوتر (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

سمیه برزکار - دانشجوی کارشناسی فناوری اطلاعات دانشگاه علمی کاربردی سیرجان

مجید مسعودی - استاد گروه کارشناسی فناوری اطلاعات دانشگاه علمی کاربردی سیرجان

مصطفی عباس پور - معاونت مرکز، دانشگاه جامع علمی کاربردی سیرجان

## خلاصه مقاله:

در این مقاله سعی شده است که تاثیر فناوری اطلاعات جهت بهبود ارتباط مشتریان با شرکت ها و سازمان ها مورد بررسی قرار گیرد. مدیریت ارتباط با مشتری به فرایند هایی جهت شناخت بهتر مشتریان، ترغیب، گسترش، و ارائه هر چه بهتر خدمات به مشتریان گفته می شود. CRM روشی است جهت شناسایی مشتریان و راضی نگه داشتن و تبدیل آنها به مشتریان همیشگی. باید از فناوری اطلاعات برای ایجاد ارتباط بیشتر و سریع تر و دریافت بازخورد از مشتری استفاده کرد. در این میان وفاداری مشتری در عرصه رقابت عاملی مهم محسوب می شود. کاربرد فناوری اطلاعات در حوزه بازاریابی به خوبی پایه ریزی شده است به طوری که توجه محققین و متخصصین بازاریابی را به خود معطوف داشته است.

## کلمات کلیدی:

ارتباط با مشتری، فناوری اطلاعات، مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1317415>

