

عنوان مقاله:

بهبود فرآیند مدیریت ارتباط با مشتری با سرمایه گذاری بر روی فناوری اطلاعات در سازمان ها

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی محاسبات نرم و فن آوری اطلاعات (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

مهدی بهرامی - دانشجوی کارشناسی ارشد و عضو باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ن

هادی شیرویه - دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد-گروه مهندسی صنایع

خلاصه مقاله:

پیشرفت روز افزون در عرصه فناوری اطلاعات ، روش های جدید مشارکت سازمان ها ، موسسات و بنگاه های تجاری را با مشتریان ممکن ساخته است. مدیریت ارتباط با مشتری نیز فرآیندی است که سازمان ها را در به دست آوردن دیدی بهتر نسبت به رفتار های تجاری و ارزشی که هر مشتری برای سازمان ایجاد میکند ، یاری رسانده که این مهم با بهره گیری از فناوری اطلاعات تسهیل و بهبود می باید . در این مقاله میزان اثربخشی فناوری اطلاعات در فرآیند مدیریت ارتباط با مشتری را ازجوانب گوناگون مورد بررسی قرار گرفته ، همچنین زیر ساخت های لازم به منظور پیشینه کردن ارتباط دو سویه بین مشتری و شرکت را از مدیریت فناوری اطلاعات ایجاد و گسترش می دهد. لذا با ارائه یک چارچوب پیشنهادی ، از ابزارهای IT ، به عنوان ورودی ، به منظور توسعه فرایند CRM استفاده می کند و خروجی های کارآمدی از جمله کاهش هزینه ها ، مزایای رقابتی پایدار را به همراه خواهد داشت. با این کار سازمان ها می توانند بازاریابی و خدمت متنوع خود را با ترکیب کردن فناوری اطلاعات به انجام رسانیده و نیز به راحتی قادر خواهند بود نیازهای اطلاعاتی و ارتباطی سازمان را پوشش دهند.

کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات (IT) ، مشتری ، سازمان ، مدیریت ارتباط مشتری (CRM)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/132753>

