

عنوان مقاله:

بررسی نقش سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در بخش مراقبت بهداشتی

محل انتشار:

فصلنامه علوم پیراپزشکی و بهداشت نظامی، دوره 16، شماره 2 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

مژگان کریمی - *Department of Health Information Technology, Faculty of Paramedicine, AJA University of Medical Sciences, Tehran, Iran*

خلاصه مقاله:

مقدمه: هدف مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، ایجاد روابط جدید، افزایش ارزش مشتری، حفظ مشتری و سودآوری بیشتر است. سیستم مدیریت روابط بیمار (PRM)، یک استراتژی اصلی در مدیریت تعاملات بین سازمان نهایی مراقبت بهداشتی و مشتریان است. در PRM، تمرکز سازمان ها بر تعیین و تامین نیازهای بیمار معطوف شده است. مواد و روش ها: این پژوهش یک مقاله مروری می باشد که با استفاده از روش مطالعه متون کتابخانه ای و جستجو در پایگاه اینترنتی معتبر به بررسی نقش سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در بخش مراقبت بهداشتی پرداخته است. یافته ها: PRM توانایی دستیابی به انسجام بیشتر میان بخش های مراقبت بهداشتی را دارد که به نوبه خود نتایج بالینی و رضایت بیمار را بهبود می بخشد. هم چنین PRM، موجب بهبود سیستم پیگیری بیماران، درک بهتر نیازها و خواسته های ایشان شده و زمینه ی ارائه خدمات مراقبتی بهتر به بیماران را فراهم می کند. افزایش کارایی عملیاتی، متمرکز سازی داده ها، مدیریت بهتر مشتریان فعلی و تقویت تصویر بیمارستان از جمله اثرات اجرای CRM در بیمارستان ها است. بحث و نتیجه گیری: امروزه بخش مراقبت بهداشتی به یک بازار رقابتی تبدیل شده است و فناوری های نوین نیز محیط مراقبتی را دستخوش تغییرات کرده است. بنابراین سازمان های مراقبت بهداشتی در تلاش هستند تا مشتریان خود را حفظ کنند. مدیریت ارتباط با مشتری یک استراتژی است که بینش بیشتر برای مشتریان و نیز تعاملات موثرتر و رضایت بخش برای سازمان های مراقبت بهداشتی را ممکن می سازد.

کلمات کلیدی:

CRM, PRM, Health care services, مدیریت ارتباط با مشتری, مدیریت ارتباط با بیمار, خدمات مراقبت بهداشتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1446700>

