

عنوان مقاله:

مدیریت دانش در مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه ریزی منطقه ای (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسنده:

سید حسین رجاء - کارشناس ارشد مهندسی فناوری اطلاعات (تجارت الکترونیک)، موسسه آموزش عال

خلاصه مقاله:

دانش یک فاکتور مهم در اقتصاد می باشد لکن برای موفقیت در بازار کسب و کار بایستی به فاکتور کلیدی دیگری که مشتری نام دارد توجه شود. در روندهای کسب و کاری جدید، به دست آوردن رضایت مشتریان جایگاهی مهم و حیاتی در اهداف سازما نها به خود اختصاص داده است و مدیران ارشد به خوبی م یدانند موفقیت آنها در راه رسیدن به اهداف کلان سازما ن، در گرو جلب رضایت مشتریان است. مدیریت دانش مشتری با تمرکز بر مشتری و ایجاد رضایت مشتری باعث سود رسانی بیشتر به سازما ن و افزایش مزیت رقابتی می شود. در این مقاله ابتدا به معرفی مدیریت دانش مشتری و بیان تفاوت های آن با مدیریت دانش و مدیریت ارتباط با مشتری می پردازیم و در ادامه نقش مدیریت دانش در ایجاد ارزش در مدیریت ارتباط با مشتری را بررسی می کنیم. در نهایت چارچوبی برای اجرای مدیریت دانش مشتری ارائه می دهیم.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط مشتری ، مدیریت دانش، مدیریت دانش مشتری، KM، CRM

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/157638>

