

عنوان مقاله:

بررسی مدیریت ارتباط با مشتری با تمرکز بر هوش تجاری

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی عمران، معماری و مدیریت شهری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسنده:

سمیرا کاظم زاده قندیلو - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه محقق اردبیلی

خلاصه مقاله:

در عصر کنونی رقابت شدید در بازار جهانی شدن و پیشرفت، فناوری نوآوری و تمایز به عنوان ضرورت بقای تمام سازمانها مطرح شدند. در چنین شرایطی برای موفقیت در بازار و پایداری و حفظ مزیت رقابتی کسب و کارها نیاز است که فرصتهای نو را کشف کنند و محصولات و خدمات جدید بازار جدید را توسعه دهند لذا مشتری محوری به عنوان قلب رقابتی بودن سازمانها جای خود را باز کرده است؛ چرا که مشتریان بهترین دارایی یک سازمان هستند و تعداد رو به افزایش، سازمانها اهمیت مشتری محور شدن را در دنیای رقابتی امروز نشان میدهد. مطالعات و تحقیقات انجام شده در حوزه ی بازاریابی و فناوری اطلاعات نشان می دهد، که پیشرفتهای تکنولوژیکی که طی سالهای اخیر رخ داده، است تاثیر قابل توجهی بر فرآیندهای تجاری و خروجیهای سازمانی داشته است. سیستم مدیریت ارتباط با مشتری ابزاری است که کمک میکند تا در برقراری یک ارتباط سازنده با مشتریان و در نتیجه حفظ آنها و تاثیر مثبت بر سود و بقای سازمان موفق باشد. به عبارت دیگر مهمترین رکن در فعالیتهای اقتصادی سازمانها یافتن بازار و مصرف کننده برای محصول و خدمات ارائه شده و حفظ این مشتریان است این مهم در ابتدای شروع فعالیت اقتصادی بیشتر بایستی مورد نظر مدیران قرار گیرد چرا که در صورت نبود بازار مناسب هرچند محصول و خدمات با کیفیتی تولید و یا ارائه شده باشد فعالیت اقتصادی که نو پا بوده و در ابتدای چرخه عمر قرار دارد باشکست روبرو خواهد شد.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری- ارتباط با مشتری- مدیریت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1594595>

