

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط میان کیفیت خدمات ارائه شده و وفاداری مشتری به مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری (e-CRM) در سازمان سرمایه گذاری و مشارکت های مردمی شهرداری تهران

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

محمود احمدی شریف - کارشناس

ابوالقاسم یوسف سلطانیه - کارشناس

خلاصه مقاله:

مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری (e-CRM)، استراتژی کلیدی تجارت الکترونیکی و وظیفه ای ضروری برای بازاریابی خدمات مشتری محور است که در سال های اخیر پیاده سازی و گسترش آن موضوع مهمی برای بسیاری از شرکت ها، سازمان ها و صنایع بخصوص در صنعت مدیریت شهری شده است. این پژوهش بررسی ارتباط میان کیفیت خدمات ارائه شده و وفاداری مشتری به مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری (e-CRM) در سازمان سرمایه گذاری و مشارکت های مردمی شهرداری تهران می پردازد، روش این پژوهش توصیفی، پیمایشی و همبستگی و از نوع کاربردی است، جامعه آماری این پژوهش تمامی پرسنل شامل از جمله مدیران ارشد، میانی و عملیاتی واحدهای اجرایی سرمایه گذاری و مشارکت شهر تهران می باشد. مسیرهای عنوان شده با استناد به داده هایی که از طریق پرسشنامه و با استفاده از سوالات استاندارد بین المللی گردآوری شده از ۶۴ نفر از مدیران این مراکز از جمله معاونت های مالی و اقتصاد شهری، معاونت فنی عمرانی، معاونت فرهنگی اجتماعی، معاونت برنامه ریزی و توسعه سرمایه انسانی، سازمان پسماند، اتوبوسرانی و... بررسی و آزمون شده است که با استفاده از نرم افزار SPSS و PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند، همچنین برای آزمون فرضیات از ضریب آلفای کرونباخ و برای بررسی مدل مفهومی با معادله پابی ساختاری واریانس استفاده شده است. نتایج کلی ضمن تأیید اعتبار و روایی پژوهش، حاکی از آنست که: میان کیفیت خدمات ارائه شده و وفاداری مشتری به مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری (e-CRM) ارتباط معنی داری وجود دارد. واژه های کلیدی:

کلمات کلیدی:

e-CRM، CRM، وفاداری، مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری، کیفیت خدمات، رضایت الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1930091>

