

## عنوان مقاله:

نقش مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری E-CRM در گردشگری

## محل انتشار:

اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

داود کیاکجوری - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

سیده زهرا میرانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی

## خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری موضوع گسترده است که بسیاری از بازاریابان توریسم به آن علاقه مند می باشند یکی از اهداف این مقاله قرارداد مفهوم E-CRM در حوزه توریسم الکترونیکی می باشد از طرفی مدیریت ارتباط با مشتری بخصوص در گردشگری الکترونیکی نقش کلیدی ایفا می کند عدم وجود اصل مشتری مداری که یکی از مهمترین شاخصهای بازاریابی در نظام گردشگری است مهمترین ضعف گردشگری ایران بویژه در آژانسهای مسافرتی به شمار می آید ارتباط با گردشگران و استمرار این ارتباط که یکی از اصول مهم بازاریابی در جهان امروز است در میان شیوه های سنتی بازاریابی ایرانی نادیده گرفته می شود مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری E-CRM و استفاده از اینترنت و وب در دنیای امروز این امکان را فراهم می آورد تا امر بازاریابی در گردشگری با سرعت بیشتری صورت پذیرد و در وقت و هزینه صرفه جویی شده و همچنین سودآوری سازمان ها از این طریق افزایش یابد.

## کلمات کلیدی:

مشتری، بازاریابی، مدیریت ارتباط با مشتری CRM، مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری E-CRM، گردشگری، گردشگری الکترونیکی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/195291>

