

عنوان مقاله:

روش های پیاده سازی CRM و اندازه گیری اثر بخشی آن

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مهندسی صنایع و سیستم ها (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

امیر حسین انضباطی - کارشناس ارشد صنایع

سپیده محمدی جوزانی - دانشجوی کارشناسی ارشد صنایع موسسه آموزش عالی سجاد مشهد

خلاصه مقاله:

امروزه بسیاری از شرکت ها به علت وجود بازار رقابتی به دنبال ارتقای سطح ارتباطات خود با مشتریان می باشند که باتوجه به شناخت سطوح مختلف مدیریت روابط با مشتریان به دنبال پیاده سازی ابزارهای مدیریتی نظیر CRM می باشند که این وسیله به ادامه حیات موفق سازمان در دنیای پر رقابت امروزی کمک می نماید اما تنها با پیاده سازی CRM موفقیت سازمان تضمین نمی شود بلکه اثربخش بودن CRM از اهمیت زیادی برخوردار است در این مقاله برانیم با بررسی مدل های پیاده سازی CRM مدلی جهت اندازه گیری اثربخشی CRM ارایه نماییم تا بتوان حوزه هایی که عملکرد ضعیف در پیاده کردن CRM داشتن را شناخت و به بهبود آن پرداخت یکی از روش های اندازه گیری عملکرد استفاده از کارت امتیاز متوازن است در این مقاله با استفاده از این ابزار به ارایه مدلی برای اندازه گیری اثربخشی CRM پرداخته شده است و از آن در نمونه کاربردی در واحدهای امداد خودرو سایپا استفاده شده است که با استفاده از آن به شناسایی مشکلات امداد خودرو در زمینه های مختلف اجرای CRM دست می یابیم

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری CRM، پیاده سازی CRM، اندازه گیری موفقیت CRM، کارت امتیازی متوازن BSC

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/211138>

