

## عنوان مقاله:

کاربرد مدیریت دانش در مدیریت ارتباط با مشتری

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

جمشید علی نسب - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی

مجید صادقی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی

## خلاصه مقاله:

دانش به عنوان یک فاکتور رقابتی کلیدی در اقتصاد جهانی شمرده میشود اما برای حضور موفق در بازار پیویای امروز باید یک جز مهم دیگر به نام مشتری را نیز مدنظر قرارداد مدیریت دانش مشتریان برای سازمان ها این امکان را فراهم می آورد که با احتمال بیشتری قادر به تشخیص فرصت های پدیدار شده در بازار بوده و مزیت رقابتی خود را افزایش دهند مدیریت دانش مشتری در ارتباط با بدست آوردن اشتراک گذاری و بسط دانش مشتریان و در راستای به سودرسانی مشترک بین مشتریان و سازمان است در این مقاله ابتدا به معرفی رویکرد مدیریت دانش مشتری و بیان تفاوت های آن با مدیریت دانش و مدیریت ارتباط با مشتری پرداخته و در ادامه به بررسی نقش مدیریت دانش در خلق ارزش در فرایندهای مدیریت ارتباط با مشتری و در نهایت به ارائه چارچوبی برای اجرای مدیریت دانش مشتری می پردازیم

## کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، مدیریت ارتباط با مشتریان، مدیریت دانش مشتریان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/211300>

