

عنوان مقاله:

رابطه فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش و تاثیر هم زمان آنان بر مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

بهمن سعیدی پور - استادیار دانشگاه پیام نور کرمانشاه

سعید بخشی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی) دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه

خلاصه مقاله:

در پژوهش حاضر ارتباط بین فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش و اثرات هم زمان آن دو بر پیمانه سازی مدیریت ارتباط با مشتری مورد بررسی قرار گرفته است. روش پژوهش از نوع توصیفی می باشد. یافته های پژوهش نشان می دهد که بین فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش ارتباط معناداری وجود دارد و تغییر در هر یک از این ها می تواند تأثیر بسزایی در اجرای موفق مدیریت ارتباط با مشتری بگذارد. بنابراین این تحقیق درک صحیح از مفهوم CRM و تدوین صحیح و مناسب آن با تغییر و تحولات محیطی سازمانی و استراتژی رقابتی سازمان و نیز استفاده از مدیریت دانش به عنوان یکی از شاخص های تکنولوژی روز آمد و اثر بخش و فرهنگ های انعطاف پذیر و کارآفرین و تأثیر هم زمان آن دو باعث پیاده سازی موفق CRM در سازمان و ایجاد ارزش افزوده برای مشتری و سازمان می شود

کلمات کلیدی:

ارتباطات ، تأثیر هم زمان، فرهنگ سازمانی ، مدیریت دانش ، مدیریت ارتباط با مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/221691>

