

عنوان مقاله:

بررسی تطبیقی فناوری های مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی (E-CRM)

محل انتشار:

دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

فرهاد کریم خانی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد ماکو، باشگاه پژوهشگران و نخبگان جوان، ماکو، ایران

مسعود گیلانی گردیک - مدیر روابط عمومی بانک رفاه کارگران، اداره امور شعب آذربایجان غربی

خلاصه مقاله:

امروزه اینترنت یک ابزار (نیروی) مهم اقتصادی و اجتماعی می باشد ، و پست الکترونیکی شکل نوشتاری غالب در ارتباطات کسب و کار می باشد. اقتصاد نوین چیزی فراتر از صرفا تغییر فناوری را برای دنیای کسب و کار به همراه داشته است. اینترنت، مدل سنتی کسب و کار سازمان را تغییر داده است. همچنین باعث بوجود آمدن تعداد زیادی از صنایع جدید شده و سازمان را برای پذیرش تغییرات سازمانی و همچنین تغییرات عملیاتی وادار کرده است. سال 1990 شاهد ظهور کلاس جدیدی از نرم افزارها به نام CRM (مدیریت ارتباط با مشتری) بود. اهداف CRM کمک به سازمان در بازاریابی، مدیریت فروش و کارکرد خدمات و پشتیبانی است. اکنون مشتریان اطلاعات مشابه را از طریق اینترنت، ارتباط بی سیم، موبایل و فناوری های PDA درخواست می کنند.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی (e-CRM)، مراکز داده، فناوری اطلاعات، تجارت الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/231652>

