

عنوان مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری در بستر فناوری اطلاعات و ارتباطات

محل انتشار:

نخستین همایش منطقه ای فناوری اطلاعات (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

میر سعید شفایی تنکابنی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات

خلاصه مقاله:

امروزه باتوجه به ظهور فناوری اطلاعاتی و ارتباطی جدید و گوناگون، سازمان ها و شرکت ها می توانند داده های عظیمی که اطلاعات مختلف مشتریان را شامل می شود، جمع آوری و برای اتخاذ تصمیمات راهبردی، به پردازش آن ها در هر زمان که نیاز دارند پردازند. در این مقاله پس از بیان مقدمه، ضرورت پشتیبانی موثر از مشتری در اقتصاد الکترونیکی مطرح و بعد از آن مدیریت ارتباط با مشتری و پشتیبانی آن توسط فناوری اطلاعات بیان می شود. در ادامه مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری و سطوح مختلف آن به همراه مراحل موفقیت و شکست نیز بررسی می گردد. تعریف مفهوم مرکز ارتباط با مشتریان و انواع آن و سپس ذکر نمونه ای معروف از این سیستم و در آخر حوزه های جدید پشتیبانی از مشتریان آورده می شود

کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات و ارتباطات، مدیریت ارتباط با مشتری، اقتصاد الکترونیکی، مرکز ارتباط بامشتریان، مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/239538>

