

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر وجود مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک e-CRM بر وفاداری مشتریان مطالعه موردی: شرکت پارس آنلاین شیراز

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی مهندسی صنایع و سیستم ها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سیده طاهره هاشمیان - دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، گروه مدیریت، اصفهان، ایران

فریدالدین علامه حائری - دانشگاه مبارکه، گروه حسابداری، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

شرکتها به دنبال به کارگیری روش های نوین به عنوان مزیت های رقابتی و نیل به بهبود مستمر هستند. یکی از این ابزار ها مدیریت ارتباط با مشتری است که با توسعه فناوری و ارتباطات، با عنوان مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک برشمرده می شود. این پژوهش با هدف بررسی تاثیر e-CRM بر وفاداری مشتریان در شرکت پارس آنلاین شیراز انجام گرفته است. لذا ماهیت تحقیق از نوع کاربردی و روش تحلیل داده ها همبستگی و رگرسیون می باشد. جامعه آماری مشتریان با حجم نامحدود در نظر گرفته شده و تعداد نمونه آماری 170 نفر انتخاب گردید. ابزار جمع آوری اطلاعات عبارت است از دو پرسشنامه محقق ساخته که بر اساس اصول e-CRM و مولفه های وفاداری مشتری تدوین گردیده اند و توسط روشهای علمی روایی و پایایی آن تایید شده است. پایایی پرسشنامه اول و پرسشنامه دوم به ترتیب با ضریب آلفای کرونباخ 0.813 و 0.857 به تایید رسیده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد که استقرار سیستم e-CRM در این شرکت باعث افزایش رضایت مشتری، همکاری بهتر با مشتریان، تعهد قانونی به مشتریان اعتماد بیشتر مشتریان به شرکت و به طور کلی وفاداری بهتر مشتریان می شود

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، وفاداری، مدیریت ارتباطات الکترونیکی با مشتری/ e-CRM

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/251446>

