

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی عوامل کلیدی در سیستم مدیریت ارتباط با مشتری با استفاده از تحلیل شبکه ای (مطالعه موردی: بانک ملی گرگان)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه گذاری (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

گل جهان ارجی کمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول، گروه مدیریت، علی آباد کتول

محمودرضا مستقیمی - عضو هیئت علمی گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول، گروه مدیریت، علی آباد کتول

خلاصه مقاله:

بی شک می توان گفت مهمترین دارائی اغلب سازمان ها مشتریان آن ها هستند. اجرای صحیح سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در بسیاری از سازمان ها موجب افزایش رضایت مشتریان، توان رقابتی، درآمد و کاهش هزینه ها شده است. در این تحقیق عوامل مختلف سیستم مدیریت ارتباط با مشتری شناسایی گردید. روابط بین عوامل نیز مشخص گردید، سپس عوامل براساس تکنیک تحلیل شبکه ای و تحلیل سلسله مراتبی اولویت بندی شد و همچنین با روش های مذکور مقایسه گردید. جامعه آماری این پژوهش 28 نفر کارکنان و 110397 نفر مشتریان بانک ملی گرگان بودند که 28 نفر کارمند و 412 نفر مشتری به عنوان نمونه انتخاب شده اند. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار Spss, Super Decision و Excele انجام شده است. در این پژوهش این نتیجه حاصل شد که کلیه 23 عامل سیستم مدیریت ارتباط با مشتری را هم مشتریان و هم کارکنان جزء عوامل سیستم مدیریت ارتباط با مشتری دانستند، روابط بین عوامل نیز شناسایی شدند و اولویت بندی معیارها در هر دو تکنیک تحلیل شبکه ای و تحلیل سلسله مراتبی یکسان بود اما اولویت بندی زیر معیارها متفاوت بودند.

کلمات کلیدی:

سیستم مدیریت ارتباط با مشتری، رضایت مشتری، تحلیل شبکه ای، تحلیل سلسله مراتبی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/254061>

