

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت دانش بر مدیریت ارتباط با مشتری در ادارات مرکزی بانک ملی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن ۲۱ (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

سیدحسین سیادت - استادیار گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی

کاملیا ملکی - کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه شهید بهشتی

علیرضا گلشنی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه شهید بهشتی

ندا ولدخانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه شهید بهشتی

خلاصه مقاله:

دانش یکی از مهمترین و بارزترین شاخصهای ماندگاری در دنیای رقابتی است. مدیریت دانش یک امر پایان ناپذیر است که امروزه در سازمانهای مختلف جهت سودآوری، بطور نوآورانه رقابتی شدن و یا بقا در دنیای کسب و کار از طریق ایجاد، ذخیرهسازی، انتقال و بکارگیری به هنگام دانش مورد استفاده قرار می گیرد. اما برای حضور موفق در بازار پویای امروزی باید یک جزء مهم دیگر به نام مشتری را نیز مد نظر قرار داد. مدیریت ارتباط با مشتری به مدیران سازمانها کمک می کند که مشتریان خود را حفظ کرده و با آنها ارتباطی سازنده برقرار کنند. مدیریت دانش مشتری در ارتباط با به دست آوردن، اشتراک گذاری و بسط دانش مشتریان و در راستای به سودرسانی مشترک بین مشتریان و سازمان است. در این راستا مدیریت دانش عاملی حیاتی در اجرا بهر چه بهتر مدیریت ارتباط با مشتری شناخته شده است. در پژوهش حاضر اثرات مدیریت دانش و ابعاد آن (خلق دانش، کسب دانش، ذخیره سازی، تسهیمو انتقال دانش) بر مدیریت ارتباط با مشتری (ابعاد عملیاتی و تحلیلی مدل سوینی) مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه و نمونه آماری این تحقیق شامل کارشناسان تجزیه و تحلیل ادارات مرکزی بانک ملی شهر تهران می باشد. پژوهش به روش توصیفی از نوع همبستگی انجام شده است و تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آزمون T و رگرسیون می باشد. نتایج تحقیق بیانگر این است که بین مدیریت دانش و مدیریت ارتباط با مشتری در سطح بانکهای ملی شهر تهران رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، مدیریت ارتباط با مشتری، مدل سوینی، بانک ملی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/311742>

