

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت دانش بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری با نقش تعدیل کنندگی عوامل سازمانی

محل انتشار:

کنفرانس ملی رویکردهای نوین در مدیریت کسب و کار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

حسن گلستانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه تبریز

خلاصه مقاله:

در محیط رقابتی کنونی مدیریت ارتباط با مشتری و مدیریت دانش برای همه شرکت ها به ابزار های استراتژیک کلیدی تبدیل شده اند. ما در این مقاله به دنبال آن هستیم که داشتن قابلیت های مدیریت دانش برای موفقیت کافی نیست، بلکه عوامل دیگری نیز هستند که می توان در نظر گرفت. روش تحقیق کاربردی و همچنین توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری پژوهش مدیران دفاتر پیشخوان تبریز هستند. که نمونه آماری براساس فرمول کوکران 89 تا می باشد. و داده های گردآوری شده با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون، اسپرمن و آزمون کروسکال والیس با استفاده از نرم افزار SPSS21 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. که نتایج نشان می دهد به طور خاص، عوامل سازمانی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری تاثیر گذار هستند و به واسطه تاثیر گذاری عوامل دیگر قابلیت های مدیریت دانش در موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری در قوانین و مقررات مالی و بازاریابی می باشند. ولی تجربه مدیریت ارتباط با مشتری، فناوری و مشتری مداری بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری تاثیر ندارند

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، مدیریت ارتباط با مشتری، عوامل سازمانی، قابلیت های دانش، تجربه ارتباط با مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/324877>

