

## عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر در اجرای مدیریت ارتباط CRM با مشتری در شرکت پخش البرز واحد تبریز

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

احمد اکبری دیپاور - دانشجوی DBA ، سازمان مدیریت صنعتی واحد تبریز

فرهاد علیپور - دانشجوی DBA ، سازمان مدیریت صنعتی واحد تبریز

مرجان نصراله زاده - دانشجوی DBA ، سازمان مدیریت صنعتی واحد تبریز

زهرا فریدی - دانشجوی DBA ، سازمان مدیریت صنعتی واحد تبریز

## خلاصه مقاله:

مطرح بودن شرکت های پخش دارو بعنوان یک صنعت خدماتی و ارتباط نزدیک و تنگاتنگ این سازمان با بهداشت و درمان جامعه و اهمیت پرداختن به مقوله مدیریت ارتباط با مشتری جهت افزایش رضایتمندی مشتریان ما را بر آن داشت تا در این پژوهش با هدف شناسایی عوامل مهم موثر در اجرای مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت پخش البرز تبریز بپردازیم. در این پژوهش با استفاده از چهارچوب نظری چن و پیوویچ، 4 عامل مدیریت ارشد، کارکنان، تکنولوژی و مدیریت فرآیند به عنوان عوامل مهم در اجرای موفق مدیریت ارتباط با مشتری شناخته شدند سپس مؤلفه های مربوط به هر عامل استخراج گردید. ابزار اندازه گیری این پژوهش پرسشنامه استاندارد جهت سنجش میزان اهمیت هر یک از مؤلفه ها بود که در جامعه آماری کارکنان و کارشناسان شرکت پخش البرز واحد تبریز توزیع گردید. نتایج نشان داد هر 4 عامل مدیریت ارشد، کارکنان، تکنولوژی و مدیریت فرآیند در اجرای موفق مدیریت ارتباط با مشتری و در نتیجه وفاداری مشتریان در این شرکت دارای اهمیت می باشند ولی آزمون رتبه بندی انجام شده نشان داد میزان اهمیت آنها متفاوت بوده و به ترتیب مدیریت ارشد، کارکنان، تکنولوژی و مدیریت فرآیند دارای اهمیت می باشند

## کلمات کلیدی:

مشتری مداری، مدیریت ارتباط با مشتری، صنایع خدماتی، رضایتمندی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/324930>

