

عنوان مقاله:

سیستم مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

فریبا رستمی خیایوی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه اردبیل، ایران

خلاصه مقاله:

فضای کسب و کار کنونی تفاوت های بسیاری با گذشته دارد و رقابت در آن نقش ویژه ای پیدا کرده است. در این فضا، بدون شک مهم ترین عامل متمایز کننده بین رقبا پس از کیفیت، زمان و هزینه ارائه کالا و یا خدمات ارزش افزوده است، ارزش افزوده ای که از طریق ایجاد یک ارتباط پایدار و مستمر با مشتری پدید می آید. مدیریت ارتباطات مشتریان مهم ترین اقدام در ایجاد این ارزش افزوده است. سیستم مدیریت ارتباط با مشتری تاثیرگذارترین سیستم در بالا بردن رضایت مشتری و در نتیجه حفظ مشتریان فعلی و جذب مشتریان بیشتر است که با ساماندهی و اتوماسیون فرایندهای کسب و کار می تواند منجر به کاهش هزینه ها و افزایش سودآوری شود و باعث تقویت رضایت مشتری و وفاداری مشتریان در فروش، بازاریابی و خدمات به مشتری می گردد

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، مشتریان، مدیران، ارتباطات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/343972>

