

عنوان مقاله:

بررسی دلایل بکارگیری مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

اولین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت با محوریت توسعه پایدار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

علی علی آبادی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، موسسه آموزش عالی فارابی، کرج

فرشید موفق - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، موسسه آموزش عالی فارابی، کرج

حسن علی آبادی - مدرس، موسسه آموزش عالی فارابی، کرج

خلاصه مقاله:

مشتری، رمز موفقیت هر سازمان و هرگونه فعالیت تجاری اقتصادی می باشد. اعتبار یک سازمان موفق، بر پایه روابط بلند مدت آن سازمان بامشتریان بنا گردیده است. اعتقاد و عمل به اصول مشتری مداری، جلب رضایت مشتریان، جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان قدیمی از اصلی ترین موارد در موفقیت سازمان می باشند. بدین منظور یکی از مهم ترین مباحث تجارت در دنیای امروز چگونگی مدیریت ارتباط با مشتریان می باشد که فناوری اطلاعات در قالب سیستم های CRM (Customer Relationship Management) راه حل مناسبی، برای آن ارائه نموده است. هرچند که برقراری ارتباط با مشتریان بصورت فیزیکی بسیار حائز اهمیت می باشد ولی اثرآن زمانی که با تکنولوژی و اصول CRM پشتیبانی گردد بسیار موثرتر خواهد بود. هدف از ارائه این مقاله مروری بررسی دلایل بکارگیری CRM در سازمان ها می باشد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط بامشتری، رضایت مشتری، مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/374836>

