

عنوان مقاله:

ارزیابی عوامل کلیدی موفقیت سیستم منابع سازمانی در بهبود بازاریابی خدمات

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

مهران مولوی - نویسنده مسول: استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد

هیمن خاندی - کارشناس ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد

خلاصه مقاله:

در بازاریابی خدماتی، کارکنان در جذب مشتریان و ایجاد و حفظ ارتباط با آنان نقش اصلی را به عهده دارند. این جنبه از بازاریابی خدماتی موضوع تازه ای را مطرح ساخته است که آن را بازاریابی داخلی می نامند که قبلا در مورد آن توضیحاتی ارائه شد. با توجه به این که تقاضا برای کسب و کار خدماتی در حال توسعه است بنابراین با گسترش و پیچیدگی خدمات روز به روز نیاز به کارشناسان و متخصصان خدماتی افزایش می یابد. بازاریابی خدماتی برای ارائه خدمات بهتر و مناسب تر ضروری است و باید بیش از همیشه به فنون و کاررد های بازاریابی در این زمینه توجه کنیم. رقابتی شدن محیط کسب و کار، ضرورت ایجاد یکپارچگی درون سازمان و بین سازمانی تحول گسترده در حوزه فناوری سیستمهای اطلاعاتی، عوامل اصلی شکل گیری سیستم برنامه ریزی منابع سازمان بوده اند. فرآیند پیاده سازی سیستم برنامه ریزی منابع سازمانی نه تنها نیازمند حجم زیادی از زمان و پول است، بلکه اجرای موفق این سیستم، فرهنگ سازمانی را مختل میکند، نیازهای آموزشی پرهزینه های را ایجاد میکند و منجر به از بین رفتن بهره وری میشود. بنابراین شناسایی عوامل موثر برای موفقیت یا شکست فرآیند پیاده سازی برنامه ریزی منابع سازمانی، بسیار مهم است. از این رو مسئله اصلی ما در این تحقیق بررسی عوامل کلیدی موفقیت یا شکست این فرآیند است

کلمات کلیدی:

بازاریابی خدمات، سیستم منابع سازمانی، خدمات در مفهوم اقتصادی، بهبود کیفیت خدمات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/378850>

