

عنوان مقاله:

ارائه الگویی جامع برای محاسبه ارزش چرخه عمر مشتری (CLV)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1385)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

مهرداد مدهوشی - استادیار گروه مدیریت - دانشگاه مازندران

مهدی اصغر نژادامیری - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

هدف مقاله ، علاوه بر بیان ضرورت محاسبه ارزش چرخه عمر مشتری در مدیریت ارت باط با مشتری ، ارائه الگوی جامع برای محاسبه ارزش چرخه عمر مشتری و عوامل کلیدی موثر در این الگو است . در این مقاله سعی شده است با استفاده از کتب و مقالات و تحقیقات انجام شده در کشورهای پیشرفته صنعتی ، و پایگاههای اطلاعات رسانی مربوطه ، ضرورت محاسبه ارزش چرخه عمر مشتری در مدیریت ارتباط با مشتری، تبیین شده و عوامل موثر در محاسبه ارزش چرخه عمر مشتری شناسایی گردد، که اهم آن عبارتست از : تعداد مشتری ان مورد انتظار ، نرخ نگهداری، میانگین خرید سالانه هر مشتری ، تفاوت هزینه و قیمت هر کالا ، هزینه جذب مشتری جدید ، هزینه نگهداری سالانه مشتری و نرخ بهره . برای کامل تر شدن الگو ، عواملی از قبیل : عامل خطر ، تاخیر بین سفارش و پرداخت وجه و نرخ برگشت به این الگواضافه شده به صورت متغیرهای ریاضی در الگو آورده شده است . پس از بیان الگوهای مختلف و تشریح و تحلیل آنها، در پایان الگوی جامعی بعنوان مبنای محاسبه ارزش چرخه عمر مشتری ، برای کسب و کارهای مختلف، ارائه شده است .

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، ارزش چرخه عمر مشتری، مشتریان کلیدی ، نرخ نگهداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/40028>

