

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط بین سیستم ERP و بازاریابی

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

امید پورخلیلی - کارشناس ارشد رشته مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، گروه مدیریت صنعتی، نجف آباد، ایران

خلاصه مقاله:

این روزها شاهد نوع جدیدی از بازاریابی میباشیم، که آن حفظ رضایت مشتریان فعلی از طریق ارتباطات بعدی و خدمات پس از فروش است. به این دلیل که بر سازمانها پوشیده نیست، هزینه ی پیدا کردن مشتریان جدید به مراتب بالاتر از حفظ مشتریان فعلی میباشد. در همین راستا برآنیم تا با استفاده از اطلاعات خیره شده مشتریان در سیستم ERP سازمان، امکان جستجو و ارتباطات بعدی با مشتریان را سنجیده و از این طریق جوامع هدف بازاریابی را مشخص کرده و محصولات و خدمات بعدی را به آنها معرفی نماییم. این مقاله در پی ایجادارتباط بین سیستم ERP و بازاریابی میباشد، به این منظور که درک بهتر و اجرای موثرتر این سیستم برنامه ریزی منابع سازمان، میتواند در مسیر گردآوری دادهها و اطلاعات فروش نقش موثری نیز در بازاریابی سازمان ایفا نماید. همچنین سعی شده است در حین ارثهی پژوهش با نمایش صفحههای از عملیات قابل انجام در بسته نرم افزاری ERP روشهای غیر فنی کهبرای عاموم قابل درک باشد انجام پذیرد

کلمات کلیدی:

سیستم های اطلاعاتی، بازاریابی، برنامه ریزی منابع سازمان، مدیریت ارتباط با مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/409234>

