

## عنوان مقاله:

بررسی تأثیر مدیریت دانش بر روی موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری (مطالعه موردی: شعب تهران بانک کشاورزی)

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

سیده آتوسا هاشمی - کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی تحول، مدیریت و حسابداری، مدیریت و دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه،

وحید فرزنانگان - کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی داخلی، مدیریت و حسابداری، مدیریت و دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

## خلاصه مقاله:

اخیراً بسیاری از شرکت ها تلاش های خود را در حوزه مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و مدیریت دانش تلفیق کرده اند چون دریافته اند که مدیریت دانش نقشی کلیدی در موفقیت اجرای مدیریت ارتباط با مشتری ایفا می کند. مدیریت ارتباط با مشتری، بدست آوردن دانش مربوط به مشتری به عنوان وسیله ای برای دستیابی به اهداف مدیریت ارتباط با مشتری توصیف می کند. از سوی دیگر بانکها و مؤسسات مالی به منظور مدیریت کارآمد مدیریت ارتباط با مشتری نیازمند توسعه قابلیت های شان بر اساس فرآیندهای مدیریت دانش مشتری می باشند. لذا در این مقاله به دنبال بررسی رابطه ابعاد مختلف قابلیت های مدیریت دانش، و همچنین مشتری مداری، تکنولوژی CRM و تجربیات CRM، بر روی موفقیت CRM هستیم. مدل ارائه شده در این مقاله برگرفته از دو تحقیق کند مورنو و ملندز (2011) و میلز و اسمیت (2011) می باشد. در این مدل متغیرهای کسب دانش، انتشار و انتقال دانش، حفظ و نگهداری دانش و کاربرد دانش که ابعاد قابلیت های مدیریت دانش را تشکیل می دهند و همچنین متغیرهای مشتری مداری، تکنولوژی CRM و تجربیات CRM، به عنوان متغیرهای مستقل و متغیر موفقیت CRM، به عنوان متغیر وابسته مدنظر می باشد. روش تحقیق مورد استفاده در این مقاله کاربردی توصیفی می باشد. جامعه آماری در این تحقیق کلیه کارکنان شعب بانک کشاورزی شهر تهران، می باشند. برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه ای استاندارد با طیف لیکرت 5 گزینه ای که دارای 40 سؤال است، استفاده شده است. این پرسشنامه میان 330 نفر از کارکنان این شعب با روش نمونه گیری طبقه بندی شده، توزیع گردید. نتایج تحقیق، حاکی از تأیید سه فرضیه از چهار فرضیه موجود با احتمال 95 درصد می باشد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، قابلیت های مدیریت دانش، مشتری مداری، تکنولوژی مدیریت ارتباط با مشتری، تجربیات مدیریت ارتباط با مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/415650>

