

## عنوان مقاله:

هوشمندی مدیریت ارتباط بامشتری (CRM) در بازاریابی صنعتی

## محل انتشار:

کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

محمد فارابی - استادیار دانشگاه تبریز

مهسا نصیبی - دانشجوی کارشناسی ارشد MBA دانشگاه تبریز

## خلاصه مقاله:

داده های مدیریت ارتباط با مشتری از مهم ترین و جامع ترین اطلاعات مدیریتی در بسیاری از سازمان ها محسوب می شود. این داده ها به ویژه در بازاریابی صنعتی برای برقراری روابط موثر با مشتریان و ایجاد کسب و کار پایدار از اهمیت بیشتری برخوردار است. با این حال در بسیاری از پژوهش ها، تجزیه و تحلیل داده ها در بخش بندی بازار، طبقه بندی مشتریان و فرم های ارتباط شرکت بامشتری، در بدست آمدن نتایج معنادار و تصمیم گیری بر اساس آنها مورد غفلت واقع شده است. این مقاله به ارائه روشی برای طبقه بندی اطلاعات مدیریت ارتباط با مشتری برای تصمیم گیری مدیران، پرداخته است. این کار می تواند مدیران را در درک بهتر فرایند شکل گیری معاملات شرکت بامشتریان خود، تصمیم گیری های مشتری مدار، شناخت محرک های کلیدی تصمیم گیری و بررسی سابقه رابطه شرکت بامشتریان یاری کند. دستاورد نهایی این مقاله کمک به استفاده بهینه از اطلاعات ارزشمند برای ایجاد استراتژی های رقابتی و تدوین برنامه ها و سیاست های مرتبط برای حفظ و توسعه ی مشتری مداری می باشد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط بامشتری، بازاریابی صنعتی، هوشمندی کسب و کار، پایگاه داده های ارتباط بامشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/420369>

