

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت CRM بر وفاداری مخاطبین رشته های ورزشی المپیک

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی علوم رفتاری و مطالعات اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

مهرداد حسن زاده - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

سارا امیرحصاری - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

## خلاصه مقاله:

هدف از این مقاله عبارت است از تبیین تاثیر کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری بر وفاداری مخاطبین رشته های ورزشی المپیک. جامعه آماری این تحقیق تمامی مخاطبین مرد رشته های ورزشی المپیک (25 رشته ورزشی المپیک تابستانی) بودند که 384 نفر از آن ها نمونه آماری را تشکیل دادند. روش نمونه گیری مورد استفاده برای انتخاب این افراد «نمونه گیری طبقه بندی» بود. پس از انجام تحلیل با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن و تحلیل رگرسیون نتایج نشان می دهد که تعهد، اطلاع رسانی، اعتماد و ارتباطات با کیفیت CRM و با رضایت و وفاداری مخاطبین ورزشی رابطه معنی دار دارد. با توجه به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها می توان گفت توانایی دریافت اطلاعات از مخاطبان در مورد نیازها و خواسته های آنان، پذیرش و رسیدگی به انتقادات و پیشنهادات آن ها، آموزش منابع انسانی سازمان، پیگیری به موقع انتقادات و کسب اطلاع از نیازها و انتظارات مشتری در کاهش چشمگیر هزینه های بازاریابی سازمان های ورزشی موثر است، به نحوی که ارتباط متقابل با مخاطبان تصویر درست و شفاف از شناخت نیازهای مخاطبان و بازخورد نظرات آن ها در پی خواهد داشت.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی رابطه مند، وفاداری مخاطبین ورزشی، رضایت، تعهد، ارتباطات، اطلاع رسانی، کیفیت ارتباط، اعتماد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/421013>

