

عنوان مقاله:

امنیت در مدیریت ارتباط با مشتری در زنجیره تامین مطالعه موردی: شرکت ایران خودرو

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

محمدجواد عزیزی فر - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات در موسسه غیر انتفاعی نور طوبی

خلاصه مقاله:

سازمان ها که مشتاقانه به دنبال توسعه مشتریان خودشان می باشند به شدت بر روی روابط با مشتری تمرکز کرده اند برای حفظ مشتری لازم است که مشتری را بشناسیم که مدیریت ارتباط با مشتری CRM این امر را هموار می کند. همه سازمانها نیاز به ایجاد حریم خصوصی در اطلاعات مربوط به مشتریان که توسط ذینفعان مختلف گرفته شده دارند. الزامات قانونی و مقررات متعددی هستند که فروشندگان CRM، ارائه دهندگان میزبانی CRM و برنامه های کاربردی آن را ملزم به ایجاد اطمینان از امنیت اطلاعات و حریم خصوصی داده ها می کند. با وجود مقررات متعدد توسط نهادهای مختلف اجرایی برای ایجاد راه حل های اطمینان بخش، نگرانی های برای سازمان مختلف در رابطه با امنیت اطلاعات وجود دارند. در این تحقیق ابتدا ما به بررسی مفاهیم و تعاریف در زمینه مدیریت ارتباط با مشتری و امنیت اطلاعات و امنیت مدیریت ارتباط با مشتری می پردازیم.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، امنیت، حریم خصوصی، فناوری اطلاعات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/421477>

