

عنوان مقاله:

مدیریت روابط با مشتری

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سعید عبدالمنافی - هئیت علمی دانشگاه پیام نور

محمد نخعی - دانشجوی کارشناسی ارشد پیام نور قشم

فریضه پورجمالی - دانشجوی کارشناسی ارشد پیام نور قشم

خلاصه مقاله:

دنیای امروز مملو از تغییرات و دگرگونی هاست؛ تغییر در فن آوری، تغییر در اطلاعات، تغییر در خواسته های مردم، تغییر در بازارهای جهانی. توجه جدی به مشتری لازمه تداوم فعالیت در بازارهای رقابتی امروزی است. به دست آوردن رضایتمشتریان جایگاه مهم و حیاتی در اهداف سازمان ها به خوبی می دانند موفقیت آنها در راه رسیدن به اهداف کلان سازمان، در گرو جلب رضایت مشتریان است. بنابراین جلب رضایت مشتریان کلیدی، حساسیت بیشتری خواهد داشت. از طریق جلب رضایت مشتریان، سازمانها می توانند هزینه های تولیدشان را کاسته و درآمدها را نیز افزایش دهند. مدیریت ارتباط بامشتری می تواند به مدیران در سازمانها در برقراری یک ارتباط سازنده با مشتریان و همچنین حفظ آنها کمک نماید. بنابراین تدوین و استقرار یک سیستم مدیریت ارتباط با مشتری کارآمد، جزو ضروریات سازمان های امروزی محسوب می گردد. لذا با توجه به اهمیت مدیریت ارتباط با مشتری در سازمانها در این پژوهش بر آن شد که به بررسی مدیریت ارتباط با مشتری پرداخته شود و اطلاعات لازم برای این پژوهش از طریق روش کتابخانه ای و با مطالعه کتاب ها مجلات و مقالات معتبر گردآوری شده است. نتایج حاصل بیانگر این است که یک سازمان برای پیشی گرفتن از رقبای باید در پی جلب رضایت مشتریان خود باشد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، ارزش مشتری، رضایت مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/435116>

