

عنوان مقاله:

عوامل سازمانی موثر بر توانمند سازی سازمانی در رابطه با افزایش ارزش مشتری

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

حمید تابلی - دانشیار دانشگاه پیام نور کرمان

مجتبی نصراله پور - دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد کرمان

خلاصه مقاله:

امروزه توانمندسازی به عنوان یکی از ابزارهای سودمند ارتقای کیفی کارکنان و افزایش اثربخشی سازمانی در رابطه با مدیریت روابط مشتری تلقی میشود. با توجه به این که نیروی انسانی کارآمد، شاخص عمده برتری یک سازمان نسبت به سازمان های دیگر است، تأکید بر نیروی انسانی مؤثر و کارآمد در عرصه خدمات نیز روبه افزایش است. یکی از مفاهیمی که در راستای بالندگی منابع انسانی مطرح گردیده، بحث توانمندی سازمان است، لزوم مدیریت درست منابع و روابط مشتری، باعث شده تا توانمندسازی سازمانی به عنوان یک پارادایم جدید توجه بسیاری از صاحب نظران را به خود جلب کند. هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل موثر بر توانمندسازی سازمانی در رابطه با افزایش ارزش مشتری در بیمه های بازرگانی استان کرمان میباشد. جامعه آماری پژوهش، شرکتهای بیمه های بازرگانی استان کرمان شامل 32 شرکت بیمه میباشد. در نهایت نتایج روش آماری معادلات ساختاری نشان دهنده میزان تأثیر مستقیم و معنادار توانمندی سازمانی بر افزایش ارزش مشتری با توجه به عوامل در نظر گرفته شده مرتبط با خلق ارزش مشتری (سواد اطلاعاتی، مدیریت دانش، مدیریت روابط مشتری) میباشد.

کلمات کلیدی:

توانمندسازی، مدیریت روابط مشتری CRM، مدیریت دانش، سواد اطلاعاتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/437213>

