

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل کلیدی موفقیت در اجرای سیستم مدیریت ارتباط با مشتری CRM

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مدیریت راهبردی خدمات (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سیده نرجس نبوی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، نجف آباد، ایران

مسرت آیت - استادیار گروه کامپیوتر و فناوری اطلاعات دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

ضرورت توجه به نیازهای متغیر مشتریان و ایجاد ارتباط موثر با آن ها در دنیای امروزی بر هیچ کس پوشیده نیست. سازمان ها با توجه به هزینه های رو به تزاید سازمانی، نیازمند رضایت مشتریان در جهت کسب سود دوجانبه می باشند. یکی از دلایل این است که سازمان ها به هنگام اجرای سیستم مدیریت ارتباط با مشتری، به عوام کلیدی CRM نرخ بالای شکست سیستم موفقیت در این سیستم توجه کمتری می نمایند و تنها دیدگاه تکنولوژیکی این سیستم را در نظر دارند. لیکن علاوه بر عوام موثر دیگری نیز دخی هستند که لازم است همه آن مولفه ها مورد توجه قرار گیرند، CRM تکنولوژیکی و نرم افزاری و تقویت شوند. از این رو این مطالعه با هدف شناسایی مهم ترین عوام کلیدی موفقیت در اجرای سیستم مدیریت ارتباط با مشتری انجام شده است. با بررسی نظرات محققان مختلف در این زمینه، می توان نتیجه گرفت که عوام تکنولوژیکی، استراتژیک، کارکنان و منابع انسانی، مدیریت دانش و ساختار سازمانی، CRM، سازمانی و نقش مدیریت ارشد، فرایندهای مرتبط با که می توان از آن به عنوان زیر مجموعه ای از فرهنگ سازمانی ذکر کرد به عنوان اصلی ترین عوام کلیدی موفقیت در اجرای سیستم مدیریت ارتباط با مشتری می باشند. که در نهایت نتایج این بررسی به موفقیت پیاده سازی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان ها و صنایع، کمک شایانی خواهد کرد.

کلمات کلیدی:

مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری، عوام کلیدی موفقیت، عوام کلیدی موفقیت در سیستم مدیریت ارتباط بامشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/457375>

