

عنوان مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری در فضای مجازی (E-CRM) راهبردی نوین در خلق رضایت مشتری

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی مدیریت و فرهنگ توسعه (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

الهه ترابیان - کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد ملایر، ملایر، ایران

خلاصه مقاله:

خلق ارزش برای مشتری، یکی از مهمترین عوامل سودآوری بنگاه های اقتصادی می باشد . رقابت در عرصه خلق ارزش برای مشتری و تلاش برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و برتری استراتژیک نسبت به رقبای موجب گردیده است تا توجه به مشتری و کسب رضایت وی از اهمیت والایی برخوردار باشد . فروش در فضای الکترونیک که توأم با رقابت کامل بنگاههای اقتصادی است از یک سو و توسعه فناوریهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی از سوی دیگر موجب گردیده است که مشتریان نقش تعیین کننده ای در بقا یا زوال فروشگاههای الکترونیک داشته باشند. مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتریان یکی از چالش برانگیزترین رهیافت های مدیریتی می باشد. این چالش از آن جهت است که اولاً تعریف عام و پذیرفته شده ای برای آن در بین سازمان ها وجود ندارد و دوم اینکه بسیاری از سازمان ها صرفاً از دید تکنولوژیک به آن می نگرند.

کلمات کلیدی:

مشتری ، مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی ، رضایتمندی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/459818>

