

عنوان مقاله:

بررسی و تحلیل مدیریت ارتباط با مشتری CRM بر رضایتمندی مشتریان مطالعه موردی: گروه صنعتی آب بندبابل

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

فاطمه نورزادمقدم - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بازرگانی بین الملل دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

خلاصه مقاله:

با توجه به نوسانات شدید تقاضا و افزایش رقابت در بازارها، بسیاری از سازمانها سعی دارند تا راهبردی را خلق کنند که تمام اجزای یک سازمان را یکپارچه کرده، اطلاعات را در بین تمام کاربران به اشتراک بگذارد و مانع از تکرار بیهوده کارها شود. این فلسفه، فضایی را در سازمان ایجاد می کند که در آن اطلاعات به اشتراک گذاشته شده تا در زمان لازم در اختیار افرادی که به آن نیاز دارند قرار می گیرد، یعنی همه کارکنان و همه چیز به یکدیگر مرتبط و متصل هستند و خروج یک نفر از سازمان باعث از هم پاشیدن هیچ چیز در سازمان نخواهد شد. نقش مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان یک ابزار استراتژیک در توسعه سازمانهای تولیدی و خدماتی انکار ناپذیر است. هر چند که مقوله جدیدی نیست و از زمانی که عرضه و تقاضا وجود داشته باشد هر گاه عرضه بر تقاضا پیشی گرفته است ایجاد ارتباط با مشتری در جهت نگهداری او و ایجاد حس وفاداری در او مدنظر بوده. امروزه با ورود تکنولوژی های جدید ارتباط الکترونیکی مقوله مدیریت ارتباط با مشتریان با توجه به ایجاد بسترهای جدید ارتباطی دچار تحول شده اند و امکانات بسیار زیاد و جدیدی را به سازمانها و بنگاههای اقتصادی داده اند. در این تحقیق ابتدا به عنوان یک مطالعه موردی وضعیت مدیریت ارتباط با مشتری و میزان کاربرد و کارائی آن در گروه صنعتی آب بند مطالعه و بررسی شده است. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه و برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از روشهای آماری تی استیودنت آزمون دو جمله ای و آزمون تحلیل واریانس فریدمن و در پایان نیز با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاداتی ارائه شده است

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری / رضایتمندی مشتری / تجارت الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/476878>

