

عنوان مقاله:

ارائه مدلی برای ارزیابی عوامل موثر بر پیاده سازی موفق مدیریت ارتباط با مشتریان در بانک سامان با استفاده از تکنیک فرآیند تحلیل شبکه ای مورد مطالعه: شعب بانک سامان در تهران

محل انتشار:

همایش پژوهش های کاربردی در مدیریت صنعتی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

محمد فتح اله جاسبی - گروه مدیریت اجرایی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان، ایران

سید محمد زرگر - استادیار گروه مدیریت صنعتی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان، ایران

فرشاد فائزی رازی - استادیار گروه مدیریت صنعتی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان، ایران

خلاصه مقاله:

سازمان ها برای پیروزی در میدان رقابت جهانی نیاز به شناخت و پایش رفتار مشتریان خود دارند تا بتوانند برای نگهداری آن ها ، زود تر از دیگران تمایلات و رفتارهای آن ها را پی بینی کنند . مدیریت ارتباط با مشتریان به طور روز افزون به عنوان یک استراتژی کسب و کار با بکارگیری فناوری های پیشرفته ارتباطات و اطلاعات ، به شناخت مدیریت و تحکیم ارتباطات با مشتریان می پردازد و همچنین سازمان ها برای بقا و رقابت در دنیای تجارت الکترونیکی ، به سمت آن گرایش پیدا می کنند . اجرای پروژه های مدیریت ارتباط با مشتری با ریسک و عدم اطمینان زیادی همراه است ، به گونه ای که از شکست 60 تا 70 درصدی پروژه های مدیریت ارتباط با مشتری سخن گفته شده است بیشتر تحقیقاتی که در این زمینه صورت گرفته است ، علت این شکست ها را ، عدم بررسی آمادگی سازمان برای پذیرش مدیریت ارتباط با مشتری می دانند . پس از طراحی مدل مسئله مبتنی بر تکنیک فرایند تحلیل شبکه ای، جداول مربوط به مقایسات زوجی تشکیل گردیدند. سپس داده های مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه ی استاندارد طراحی شده جمع آوری گردیدند. جامعه پژوهش در این تحقیق 42 نفر از فعالان و خبرگان مرتبط با سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان در شعب بانک سامان بودند. پس از جمع آوری داده های مورد نیاز پیرامون مقایسات زوجی، با استفاده از الگوریتم مربوط به تکنیک فرایند تحلیل شبکه ای، وزن عوامل شناسایی شده مورد بررسی قرار گرفتند و در پایان وزن و رتبه هر عامل تعیین گردیدند. از نتایج ارائه شده در این پژوهش، مدیران بانک سامان می توانند جهت ارزیابی و رتبه بندی عملکرد شعب خود در زمینه مدیریت ارتباط با مشتریان می توانند بهره گیرند. از سوی دیگر با توجه به اهمیت هر عامل، مدیران می توانند برنامه های آتی مربوط به بهبود سازمان خود در زمینه مدیریت ارتباط با مشتریان را بهتر و دقیق تر طراحی نمایند تا با صرف کمترین هزینه بیشترین بهبود را حاصل نمایند

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، روش تحلیل شبکه ای ANP پیاده سازی موفق مدیریت ارتباط با مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/486742>

