

## عنوان مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتریان و اندازه گیری رضایت مشتری در بانکداری و تجارت الکترونیک - CRM & GSM IN E-banking & E-commerce

## محل انتشار:

اولین کنفرانس جهانی بانکداری الکترونیکی (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 90

## نویسنده:

ایمان حسن یوسفی - کارشناس واحد ارتباط با مشتریان

## خلاصه مقاله:

صرفه جویی در زمان شده است. فناوری ارتباطات و اطلاعات امکان افزایش قابلیت رقابت پذیری بنگاهها را فراهم ساخته و همچنین به ایجاد مشاغل جدید منجر شده است. بر اثر گسترش این فناوری حجم تجارت الکترونیک در جهان روز به روز در حال رشد است. طبق تحقیقات منتشر شده توسط موسسه فارستر پیش بینی می شود طی سالهای 2002-2006 حجم تجارت الکترونیک به طور متوسط سالانه بیش از 58 درصد رشد کرده و از 2293 میلیارد دلار در سال 2002 به بیش از 12837 میلیارد دلار در سال 2006 بالغ شود. یکی از ابزارهای ضروری برای تحقق و گسترش تجارت الکترونیک، وجود سیستم بانکداری الکترونیک است که همگام با سیستمهای جهانی مالی و پولی عمل و فعالیتهای مربوط به تجارت الکترونیک را تسهیل کند. در حقیقت می توان گفت که پیاده سازی تجارت الکترونیک، نیازمند تحقق بانکداری الکترونیک است.

## کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/49261>

