

عنوان مقاله:

ارزیابی نقش یادگیری سازمانی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری در گروه صنعتی ایران خودرو

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)
(سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

ندا تیرا - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی-بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات فارس

سید علیرضا موسوی - استادیار مدعو رشته مدیریت بازرگانی-بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات فارس

خلاصه مقاله:

با توجه به اهمیت مشتری در کسب و کار جدید، مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) که سیستمی برای جذب، حفظ و نگهداری مشتریان در سازمان ها می باشد از اهمیت برخوردار است. مدیریت ارتباط با مشتری در حال حاضر هسته مرکزی را در دنیای تجارت به خود اختصاص داده است. به همین دلیل موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری یکی از عوامل موفقیت سازمان می باشد. عوامل موثری در موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری نقش دارند. در این تحقیق به نقش یادگیری سازمانی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری پرداخته ایم. سوال اصلی این تحقیق عبارت است از اینکه آیا یادگیری سازمانی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری تأثیر می گذارد؟ بدین منظور مدیران اجرایی گروه صنعتی ایران خودرو در شهر تهران به عنوان جامعه آماری انتخاب شده اند و تعداد نمونه براساس جدول کوهن و نیز کرجسی و مورگان 120 نفر انتخاب شده است و با استفاده از پرسش نامه استاندارد محقق پلتیر سال 2012 اطلاعات مورد نظر گردآوری شده است. متغیرهای اصلی این تحقیق عبارتند از: فرهنگ سازمانی، ادغام بازاریابی/فناوری اطلاعات، همکاری بازاریابی/فناوری اطلاعات، اشتراک داده، کیفیت داده مشتری، عملکرد مشتری و عملکرد تجارت. از سوی دیگر روش تحقیق از نوع توصیفی-همبستگی است و از نظر دوره مورد بررسی از نوع مقطعی می باشد و از نرم افزار SPSS برای تحلیل داده ها به کار رفته است. در این تحقیق فرضیه مورد بررسی قرار گرفته است که 3 فرضیه مورد حمایت قرار نگرفته است. تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد یادگیری سازمانی تأثیر مستقیمی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، یادگیری سازمانی، کیفیت داده مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/495394>

