

عنوان مقاله:

هوش هیجانی و مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

حجت حسنی - دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه سیستان و بلوچستان

میثم عباسی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه سیستان و بلوچستان

خلاصه مقاله:

پیچیده شدن فضای رقابتی شرکت ها و سازمان ها، ضرورت توجه به استعداد های انسانی را بیش از گذشته آشکار می کند. روش های کهنه تجارت دیگرکارایی ندارد و شدت فزایندهی چالش های رقابتی هر کسی را به مبارزه می طلبد تا خود را با شرایط تطبیق دهد. برای این منظور باید مدیریت ارتباط با مشتری را با به وسیله هوش هیجانی بروز رسانی کرد. پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و تحلیلی-توصیفی می باشد. ابزار جمع آوری اطلاعات، کتابخانه ای است. هدف از این تحقیق، استفاده از هوش هیجانی در مدیریت ارتباط با مشتری است. این پژوهش در کنار معرفی هوش هیجانی و مدیریت ارتباط با مشتری، به بیان مزایای استفاده از هوش هیجانی در مدیریت ارتباط با مشتری می پردازد. یافته های حاصل از این تحقیق می تواند در زمینه آموزش هوش هیجانی به کارکنان و استخدام افراد مناسب استفاده شود.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری؛ هوش هیجانی؛ مشتری مداری؛ مهارت های ارتباطی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/500075>

