

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر ابعاد عملکرد سازمانی (مطالعه موردی بیمه سامان - شهرستان بابل - استان مازندران)

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

شبهانگ محمدی گل افشانی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه پیام نور، واحد بابل

خلاصه مقاله:

هدف از انجام پژوهش حاضر، مطالعه و بررسی تأثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر میزان ابعاد عملکرد سازمانی در شرکت های بیمه سامان در سطح شهرستان بابل - استان مازندران بوده است. به این منظور، نه فرضیه تدوین گشت. جهت گردآوری اطلاعات لازم به منظور آزمون فرضیه ها، از پرسشنامه استاندارد حاوی 24 پرسش در 6 بعد استفاده و بین 80 نفر، به عنوان نمونه آماری پژوهش، توزیع گشت. برای تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از روش رگرسیون چند گانه خطی و تحلیل مسیر بهره گرفته شد. نتایج آزمون فرضیه های پژوهش ضمن تایید ارتباط و تأثیر مثبت میان مشتری مداری با ابعاد عملکرد سازمانی که شامل مولفه های (عملکرد مالی، عملکرد مشتری محور و عملکرد فرآیندهای داخلی) می باشد؛ در شرکت های فوق نشان داد که به طور کلی سازمان های مشتری مدار نیز با هریک از مولفه های ابعاد عملکرد به صورت مستقیم رابطه و تأثیر معنادار و مستقیمی وجود دارد که حاکی از تایید فرضیه های پژوهش بوده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، مشتری مداری، سازمان مشتری مدار، مدیریت دانش، عملکرد سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/502358>

