

## عنوان مقاله:

بررسی تأثیر تقویت زیر ساخت ها و مدیریت ارتباط با مشتری CRM بر اساس سود

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد پویا ایران - مالزی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

عقیله میرحسینی - فارق التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

آمنه هاشمی - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت MBA

## خلاصه مقاله:

هدف این مطالعه بررسی تأثیر تقویت زیرساخت ها و مشتری مداری CRM بر عملکرد بر اساس سود مشتریان است که با استفاده از متغیرهای مشتری مداری و تقویت زیرساخت ها، به عنوان متغیرهای مستقل و مدیریت ارتباط با مشتری، به عنوان متغیر میانجی و رابطه مشتری بر اساس عملکرد و رابطه مشتری بر اساس سود به عنوان متغیر وابسته، مدل تحقیق شکل گرفته است. روش تحقیق حاضر از نظ هدف کاربردی بوده و برحسب روش، تحقیقی از نوع همبستگی است که با به کارگیری ابزار پرسشنامه و روش پیمایشی، داده های مورد نیاز جمع آوری شده است. جامعه آماری این پژوهش، مدیران و کارکنان شعب بانک ملت یزد می باشند و از روش نمونه گیری به صورت تصادفی ساده استفاده گردیده و تعداد 114 نمونه قابل قبول جمع آوری گردید. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و LISREL 8.72 انجام شده و نتایج پژوهش نشان می دهد که متغیرهای مشتری مداری (0/54) و تقویت زیرساخت ها (0/39) به ترتیب بیشترین تأثیر را روی متغیر مدیریت ارتباط با مشتری داشته اند و تنها 28% از تغییرات رابطه مشتری بر اساس عملکرد توسط متغیر مدیریت ارتباط با مشتری تبیین می شود. همچنین متغیر رابطه مشتری بر اساس عملکرد، بر روی متغیر رابطه مشتری بر اساس سود تأثیر داشته و بر متغیر مدیریت ارتباط با مشتری تأثیر معنادار نداشته است.

## کلمات کلیدی:

مشتری مداری، تقویت زیرساخت ها، مدیریت ارتباط با مشتری، رابطه مشتری بر اساس سود، رابطه مشتری بر اساس عملکرد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/508911>

