

## عنوان مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری با رویکرد توسعه سازمان

## محل انتشار:

اولین همایش بین المللی انسجام مدیریت و اقتصاد در توسعه شهری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

هدی مشرقی - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی اسوه، تبریز، ایران

احمدعلی مقتدرزاده - استادیار موسسه آموزش عالی اسوه، تبریز، ایران.

## خلاصه مقاله:

در دنیای رقابتی امروز هیچ سازمانی نمی تواند از طریق برتری در عملیات خود یا نوآوری در محصولات خود، خود را از سایر سازمان ها متمایز کند مگر اینکه نیازها و خواسته های مشتریان خود را عمیقا درک کرده باشد. با گذر از اقتصاد سنتی و شدت یافتن رقابت در ابعاد نوین، مشتری به صورت رکن اصلی و محور تمام فعالیت های سازمان درآمده است. در این میان اندیشمندان مدیریت نسخه حفظ مشتری و شیوه های صحیح ارتباط با آنها را تحت عنوان سیستم مدیریت ارتباط با مشتری تجویز می کنند. سیستم مدیریت ارتباط با مشتری نوعی استراتژی محسوب می شود که هدف آن تنها بالا بردن معاملات شرکت نیست بلکه بدست آوردن رویکردی نو و یکپارچه می باشد. این پژوهش با هدف بررسی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری با رویکرد توسعه سازمان انجام شده است. نتیجه کلی پژوهش نشان دهنده این واقعیت می باشد که سیستم مدیریت ارتباط با مشتری اهمیت بسزایی در توسعه و عملکرد سازمان دارد.

## کلمات کلیدی:

سیستم مدیریت، ارتباط، مشتری، عملکرد، توسعه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/563233>

