

عنوان مقاله:

بررسی و تحلیل مدیریت ارتباط با مشتری CRM بر رضایتمندی مشتریان مطالعه موردی: موسسه آموزشی ماهان شعبه آمل

محل انتشار:

همایش بین المللی افق های نوین در علوم مدیریت و حسابداری، اقتصاد و کارآفرینی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

مشهوده برزگر - مدرس

سمیه برزگر - مدرس

خلاصه مقاله:

با توجه به نوسانات شدید تقاضا و افزایش رقابت در بازارها، بسیاری از سازمانها سعی دارند تا راهبردی را خلق کنند که تمام اجزای یک سازمان را یکپارچه کرده، اطلاعات را در بین تمام کاربران به اشتراک بگذارد و مانع از تکرار بیهوده کارها شود. اینفلسفه، فضایی را در سازمان ایجاد می کند که در آن اطلاعات به اشتراک گذاشته شده تا در زمان لازم در اختیار افرادی که به آن نیاز دارند قرار می گیرد، یعنی همه کارکنان و همه چیز به یکدیگر مرتبط و متصل هستند و خروج یک نفر از سازمان باعث هم پاشیدن هیچ چیز در سازمان نخواهد شد. نقش مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان یک ابزار استراتژیک در توسعه سازمانهای تولیدی و خدماتی انکار ناپذیر است. هر چند که مقوله جدیدی نیست و از زمانی که عرضه و تقاضا وجود داشته باشد هر گاه عرضه بر تقاضا پیشی گرفته است ایجاد ارتباط با مشتری در جهت نگهداری او و ایجاد حس وفا داری در او مدنظر بوده. امروزه با ورود تکنولوژی های جدید ارتباط الکترونیکی مقوله مدیریت ارتباط با مشتری با توجه به ایجاد بستر های جدید ارتباطی دچار تحول شده اند و امکانات بسیار زیاد و جدیدی را به سازمانها و بنگاههای اقتصادی داده اند. در این تحقیق ابتدا به عنوان یک مطالعه موردی وضعیت مدیریت ارتباط با مشتری و میزان کاربرد و کارائی آن در موسسه آموزشی ماهان شعبه آمل مطالعه و بررسی شده است. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه و برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از روشهای آماری تی استیودنت، آزمون دو جمله ای و آزمون تحلیل واریانس فریدمن و در پایان نیز با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاداتی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، رضایتمندی مشتری، تجارت الکترونیک، موسسه آموزشی ماهان شعبه آمل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/567210>

