

عنوان مقاله:

تبیین عملکرد مدیریت ارتباط با مشتری با تاکید بر آمادگی های سازمانی، فنی و استفاده از رسانه های جمعی مورد مطالعه: شعب بانک سامان تهران

محل انتشار:

چهارمین همایش ملی و دومین همایش بین المللی ایده های نوین در علوم مدیریت و اقتصاد (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

مطهر عینی - کارشناس ارشد گروه مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

محسن واعظ قاسمی - استادیار گروه ریاضی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر، کشف پیوند موجود بین فرآیندهای مدیریت دانش و عملکرد مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) است و به جستجوی پاسخ این پرسش میپردازد که آیا این فرآیندها بر عملکرد CRM تاثیر میگذارند داده های پژوهش برگرفته از 269 نفر از کارکنان شعب بانک سامان در سطح تهران است و برای آزمودن فرضیه های موجود، تجزیه و تحلیل مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Lisrel انجام شده است. یافته های پژوهش نشان داد که آمادگی سازمانی، محرک موثر مدیریت دانش به شمار می رود اما آمادگی فنی و به کارگیری ابزارهای رسانه جمعی با مدیریت دانش در ارتباط نیست. تاثیر مثبت فرآیندهای مدیریت دانش بر عملکرد CRM نیز تایید شد. نتایج پژوهش به مدیران بانک ها کمک می کند تا با ایجاد یک جو سازمانی مناسب، موجب موفقیت CRM و زمینه ای برای توسعه نوآوری و عملکرد بهتر بانک فراهم کنند.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، مدیریت ارتباط با مشتری، آمادگی سازمانی، آمادگی فنی، بکارگیری رسانه جمعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/573466>

