

عنوان مقاله:

نقش مرکز تماس پیشرفته در سیستم های مشتری محور

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در علوم تربیتی و مطالعات رفتاری و آسیب های اجتماعی ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

امید هدایتی وفا

خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتریان CRM یک راه حل جامع و سیستماتیک است که با یکپارچه سازی مبادی ارتباط با مشتری (فرآیندهای بازاریابی، فروش، خدمات پس از فروش) در جهت دستیابی، توسعه و حفظ رضایتمندی مشتریان، افزایش سود آوری و ایجاد ارزش افزوده اقتصادی در سازمانها نقش بسزایی دارد. امروزه CRM تنها یک مفهوم نیست بلکه با توجه به پیشرفتهای کنونی در زمینه تکنولوژیهای اطلاعاتی و ارتباطی به سیستمی مبدل شده است که می تواند به شکل عملی سازمان را در مدیریت مشتریان یاری رساند. با توجه به شرایط کنونی بازار و رقابت شدید بر سر دستیابی به مشتریان جدید و حفظ مشتریان فعلی، مدیریت یکپارچه ارتباط با مشتریان جهت حضور در عرصه بازار تبدیل به یک الزام انکار ناپذیر شده است. در این میان، پیشرفت های اخیر در حوزه تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباطی و کاربرد آن در حوزه ارتباط با مشتریان به حدی است که ضمن افزایش کارایی و اثربخشی در فرایندهای مرتبط با مشتری، منجر به ایجاد مفهوم جدیدی به نام ECRM شده است. لذا کاربرد تکنولوژی های نوین به عنوان یکی از فاکتورهای اساسی موفقیت در حوزه ارتباط با مشتری مطرح بوده و امروزه به عنوان یکی از مزیت های رقابتی مهم در سازمان ها مطرح می باشد. یکی از ابزارهای پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی ECRM مرکز تماس پیشرفته ای است که در آن ابزارهای تکنولوژی جهت مدیریت مناسب کانالهای ارتباط با مشتریان پیاده سازی شده باشد، در این مقاله ضمن تبیین ضرورت بهره گیری از فناوری های نوین جهت مدیریت موثر ارتباط با مشتریان به بررسی نقش و اهمیت مراکز تماس به عنوان درگاه ورودی سیستمهای مدیریت ارتباط با مشتریان پرداخته و مهم ترین ابزارهای موجود در این زمینه را معرفی می نماییم.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتریان الکترونیکی، مرکز تماس مشتریان، ابزارهای مرکز تماس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/583104>

