

عنوان مقاله:

رابطه مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) با عملکرد بازاریابی

محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

داود شگری - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی- بازاریابی

یلدا مخلصی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی- بازاریابی

خلاصه مقاله:

مدیریت کارآمد روابط مشتری یک چالش مهم در رقابت کسب و کار شده است. سازمان ها به اطلاعاتی درباره اینکه مشتریان چه کسانی هستند، انتظارات و نیازهای آنها چیست و چگونه باید باید نیازهای آنها را برطرف کرد، دارند. این مقاله در پی بررسی رابطه مدیریت ارتباط با مشتری با عملکرد بازاریابی در صنعت بانکداری است. روش های تحقیق توصیفی، کاربردی و همبستگی در پژوهش انجام شده به کار گرفته شده است. جامعه آماری پژوهش، تمامی بانک های مرکزی بخش دولتی و خصوصی شهر تهران است. به منظور جمع آوری اطلاعات، یک پرسشنامه برای سازمان بانک ها و دو پرسشنامه ی تاثیر بسزایی CRM دیگر برای مشتریان بانک ها طراحی و تدوین شد. تحقیقات متعدد نشان می دهد که بر عملکرد بازاریابی سازمان ها می گذارد. لیکن، در پژوهش انجام شده بین متغیرهای مورد مطالعه ارتباط ضعیفی وجود دارد

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، عملکرد بازاریابی، مشتری مداری، مشتری کلیدی، مدیریت دانش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/597452>

