

عنوان مقاله:

پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری در چهارچوب روش گارتنر

محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

نیگس صمدپور - استادیار اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نی ریز، گروه مدیریت، نی ریز، ایران

حامد دهقان - دانشجوی کارشناس ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، گروه مدیریت، مرودشت، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی میزان موفقیت پیاده سازی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری با استفاده از چهارچوب گارتنر می باشد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده ها پیمایشی و توصیفی است. جامعه آماری مشتریان شعب بانک ملت شهر داراب و با فرمول کوکران حجم نمونه 360 نفر در نظر گرفته شده اند. برای جمعآوری دادههای این تحقیق از پرسشنامه گارتنر استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده پژوهش، 82.0 محاسبه شد. جهت آزمون فرضیه ها از test T Sample- One استفاده شده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که میزان موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری با استفاده از روش گارتنر از لحاظ چشمانداز، همکاری سازمانی، تجربه ارزشمند، فرآیند، اطلاعات و فناوری بیشتر از متوسط و از لحاظ راهبرد و سنجه کمتر از متوسط است بنابراین میتوان نتیجه گرفت که پیادهسازی مدیریت ارتباط با مشتری با استفاده از روش گارتنر در شعب بانک ملت شهر داراب موفقیت آمیز بوده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، چهارچوب گارتنر، بانک ملت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/599899>

