

عنوان مقاله:

اهمیت و تاثیر عناصر آمیخته بازاریابی بر مدیریت ارتباطات مشتریان

محل انتشار:

دومین کنگره بین المللی توانمندسازی جامعه در حوزه مدیریت، اقتصاد، کارآفرینی و مهندسی فرهنگی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

سهیل صادقی - کارشناس ارشد - MBA گرایش بازاریابی

خلاصه مقاله:

هدف این مقاله بصورت مروری بررسی تاثیر عناصر آمیخته بازاریابی بر فعالیت های مدیریت ارتباط با مشتری می باشد. مدیریت ارتباط با مشتریان یک راهبرد مدیریتی بوده که سازمان را قادر می سازد تا با تمرکز بر مشتریان در راستای ایجاد روابطی قوی و بلند مدت اقدام نماید. این کار سبب مس شود تا اطلاعات مربوط به مشتریان، فروش، کارایی فعالیت های بازاریابی، حساسیت و گرایشات بازار را یک به یک کنار هم قرار دهیم. در این مطالعه در ابتدا نسبت به تعریف بازاریابی و معرفی عناصر آمیخته بازاریابی اقدام گشته و در ادامه (CRM مدیریت ارتباط با مشتری)، تاریخچه و معیارهای موفقیت آن و نقش عناصر آمیخته بازاریابی در مدیریت ارتباط با مشتریان مطرح و مشخص شد که عناصر بازاریابی نقش حساسی در (CRM مدیریت ارتباط با مشتری) دارند و برای موفقیت در برنامه های بازاریابی کسب و کار و مدیریت ارتباط با مشتریان باید این عناصر را در برنامه ریزی ها و تصمیم گیری ها مد نظر قرار داد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، عناصر آمیخته بازاریابی، مدیریت ارتباط با مشتریان، منحنی عمر محصول

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/638534>

