

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر مدیریت ارتباط با مشتری CRM در بانک کشاورزی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی تکنیک های مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

زینب احمدیان ماژین - کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی بازاریابی، کارمند بانک کشاورزی

خلاصه مقاله:

با توجه به اهمیت روزافزون مشتریان برای سازمانها، مدیریت ارتباطات اثربخش و کارا با مشتریان به مسیله ای اساسی و مهم برای سازمانها و از جمله بانک های دولتی (بویژه با ورود بخش خصوصی) تبدیل گردیده است. اگرچه مشخص است که ابتکارات مربوط به مدیریت ارتباط با مشتریان بر عملکرد سازمان تاثیر دارد، اما بسیاری از شرکت ها در استقرار و پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتریان شکست می خورند. هدف از این مقاله بررسی عوامل موثر بر مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در بانک کشاورزی است. مقاله از نوع توصیفی بوده و اطلاعات آن به صورت روزنامه ای و کتابخانه ای گردآوری شده است. یافته های مقاله نشان داد که افراد سازمان بیشترین تاثیر را در پیاده سازی CRM دارد. همچنین مدیریت ارتباطات از نظر مدیران بانک کشاورزی از اهمیت نسبی بالاتری برخوردار بوده و سازماندهی، مدیریت دانش، مدیریت پروژه، فناوری اطلاعات، حمایت مدیریت ارشد، افراد سازمان، مدیریت تغییر، استراتژی ها و اهداف روشن و فرهنگ در رتبه های بعدی قرار گرفته اند

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباطات با مشتری، قابلیت بازاریابی، بانک کشاورزی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/641902>

