

عنوان مقاله:

مدل بلوغ مدیریت ارتباط با مشتری در سازمان

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

مصطفی زمانیان - عضو هیئت مدیره شرکت راهبران مدیریت امین

سید محمدصادق امانیان - مدیر عامل شرکت راهبران مدیریت امین

خلاصه مقاله:

در دیدگاه نوین، مدیریت ارتباط با مشتری یک استراتژی کلان است که تمامی تعاملات سازمان با سمت تقاضا را تحت پوشش خود قرار می دهد. در سازمان هایی که اقدام به اقتباس چنین مدلی می کنند، ارتباط منبع خلق ارزش افزوده خواهد بود. در این مقاله یک مدل بلوغ مدیریت ارتباط با مشتری برای سازمان معرفی می گردد که نحوه گسترش و فراگیری این سیستم به تمامی بخش های سازمان را همگام با تکامل سازمان و تبدیل شدن آن به یک سازمان ارتباط محور نشان می دهد. بدین ترتیب یک الگوی کل نگرانه در پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری خواهیم داشت که احتمال موفقیت بالاتری در پیاده سازی و اجرا خواهد داشت.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، مدل بلوغ، سازمان های ارتباط محور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/66586>

