

عنوان مقاله:

رتبه بندی عوامل کلیدی موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری با تکنیک دیمتل فازی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری، دوره 3، شماره 2 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

مهديه قطب الدینی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

حسین رحیمی بافقی - استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه تولید کنندگان در محیط رقابتی شدیدی در حال فعالیت هستند، لذا برای ایجاد یک ارتباط ویژه با مشتریان، به کارگیری سیستم مدیریت ارتباط با مشتری پیشنهاد می شود. از آن جایی که سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت های تولیدی استان یزد به عنوان یک سیستم جوان به شمار می رود تاکنون تحقیق جامعی در این باره صورت پذیرفته است. لذا تحقیق حاضر با هدف شناسایی و ارزیابی عوامل کلیدی موفقیت در اجرای سیستم مدیریت ارتباط با مشتری انجام شده است، و با استفاده از تکنیک دیمتل فازی، رتبه بندی شاخص ها را تعیین کند. در این تحقیق افراد به عنوان مهمترین عامل مرتبط با پیاده سازی موفق CRM شناسایی شدند که به نوعی مشتریان درونی سازمان محسوب می شوند و اگر راضی باشند موجبات جذب مشتریان بیرونی را فراهم می آورند. دیگر عامل مهم پیاده سازی CRM در این پژوهش حمایت و پشتیبانی شناخته شد. این امری مسلم است که هیچ برنامه ای بدون حمایت مسیولیت به صورت کامل به اجرا در نخواهد آمد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، دیمتل فازی، عوامل کلیدی موفقیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/685556>

