

عنوان مقاله:

ارزیابی مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی در بستر چابکی

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان با تاکید بر اقتصاد مقاومتی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

حسین صیادی تورانلو - هیئت علمی گروه مدیریت، دانشگاه ولیعصر، رفسنجان، ایران

زهرا خزایی - کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

خلاصه مقاله:

مشتریان امروزی باهوش، قدرتمند و با اطلاعات می باشند و گزینه های متعددی برای انتخاب در دست دارند. مدیریت ارتباط با مشتری دیدگاهی است که بر همکاری مشترک بین طرفین مبادله در جهت ایجاد ارزش تاکید می کند. این دیدگاه که معلول پیشرفت های اخیر فناوری اطلاعات است با جمع آوری و سازمان دهی مشتریان در پایگاه های اطلاعاتی در صدد پاسخگویی بهتر و سریع تر خواسته ها و نیاز آن ها، در نتیجه تثبیت ارتباط با مشتری و بقای سازمان است. علاوه بر پاسخ دهی سریع به مشتریان، تغییر در تقاضاهای مشتریان، رشد تکنولوژی و توسعه بازارها، لزوم توجه به مقوله چابک شدن مدیریت ارتباط با مشتری بیش از پیش نمود پیدا می کند. از این رو با هدف تدوین ارزیابی مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی در بستر چابکی، بررسی گسترده ای در ادبیات موضوع صورت گرفته است. در این راستا، برای ارزیابی E-CRM باید از شاخص و قابلیت های چابکی در این زمینه استفاده کرد. پرداختن به عوامل مذکور در سازمان ها علاوه بر اینکه موفقیت E-CRM را به همراه خواهد داشت، زمینه ساز چابک شدن E-CRM در سازمان ها خواهد شد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی، چابکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/693839>

