

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر عملکرد سازمانی

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

مهرداد اسدی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

علی رشیدیپور - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه خوراسگان، اصفهان، ایران

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر عملکرد سازمان را در شعب فروشگاه های هایپرستار در ایران انجام شده است. روش تحقیق از نوع توصیفی - همبستگی و از نظر هدف کاربردی می باشد. جامعه آماری شامل مدیران فروشگاه زنجیره ای هایپرستار به تعداد 120 نفر است که تعداد 92 نفر به روش طبقه ای در دسترس و با استفاده از جدول مورگان انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه است که روایی آن با استفاده از روش روایی تحلیل محتوا و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ با ضریب 0/89 و 0/82 برای دو متغیر مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد سازمانی تایید شد. نتایج نشان داد که متغیر مدیریت ارتباط با مشتری با مقدار بنای 0/77 بر عملکرد سازمان تاثیر معنا داری دارد؛ همچنین مولفه های مدیریت ارتباط با مشتری تعاملی، تحلیلی و عملیاتی دارای تاثیر معنادار بر عملکرد سازمانی هستند. از این میان مولفه های متغیر مدیریت ارتباط با مشتری، مولفه مدیریت ارتباط با مشتری تحلیلی (شدت تاثیر برابر با 0/45)، بیشترین تاثیر و مولفه مدیریت ارتباط با مشتری عملیاتی (شدت تاثیر برابر با 0/42) کمترین تاثیر را بر عملکرد سازمانی دارد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، عملکرد سازمانی، رضایت مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756310>

