

عنوان مقاله:

معیار ها و رویکردهای ارزیابی اثربخشی مدیریت روابط مشتری در شعب بانک ملت تهران

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

ارکیده حامدی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، لرستان، ایران

زهرا آگاه - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی، دانشگاه پیام نور، کرج، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه دنیای کسب و کار به محیط پویا و رقابتی تر تبدیل شده است، و سازمان های مختلف با چالش گسترش سهم بازار خود و پیدا کردن راه های جدید برای جذب، به دست آوردن، حمایت و حفظ مشتریان جهت افزایش درآمد مواجه می باشند. علاوه بر این، سازمان ها به دنبال افزایش بهره وری، کاهش هزینه سربار و افزایش ارزش سهام خود می باشند. مدیریت ارتباط با مشتری CRM، یک ابزار ارزشمند برای کمک به این تلاش ها است. در فرایند مدیریت ارتباط با مشتری سعی می شود سودمندترین مشتریان شناسایی، جذب و به بهترین شکل نگهداری شوند. در این مقاله، فرآیند ارزیابی اثربخشی CRM در بانک ملت شعب تهران مورد بررسی قرار گرفته است و ابعاد و مزایای بخش های ارزیابی و تاثیر CRM در بهبود بازاریابی و ارتقای سیستم ارتباطی مشتریان، بیان گردیده است.

کلمات کلیدی:

ارزیابی، اثربخشی، مدیریت ارتباط با مشتریان، CRM، بانک ملت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756345>

