

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت اطلاعات مشتریان به عنوان متغیر میانجی بر رابطه بین سیستم های مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد شرکت (مطالعه موردی: بانک صادرات استان البرز)

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سعید حاتمی - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، موسسه آموزش عالی فارابی

پوریا رحیمی فیروزآباد - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی کار واحد قزوین

یونس علی خانی - دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی داخلی دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی تهران مرکز

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق، بررسی تاثیر کیفیت اطلاعات مشتریان به عنوان متغیر میانجی بر رابطه بین سیستمهای مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد شرکت در بانک صادرات استان البرز است. روش این تحقیق کمی و هدفان کاربردی می باشد. جامعه آماری این پژوهش مشتریان بانک صادرات استان البرز می باشند. محقق برای نمونهگیری از روش تصادفی خوشه ای و تعداد نمونه را ۳۸۴ نفر انتخاب کرد. برای بررسی روایی تحقیق از نظرات خبرگان، و برای پایایی آن از آلفای کرونباخ استفاده شد. به منظور جهت تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیههای پژوهش از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج این تحقیق نشان داد که ظرفیت های زیرساختیو گرایش مشتری بر عملکرد کلی شرکت از طریق متغیر میانجی کیفیت اطلاعات مشتری اثر معناداری دارد. همچنین ظرفیت های زیرساختی و گرایش مشتری بر عملکرد ارتباط با مشتری از طریق متغیر میانجی کیفیتاطلاعات مشتری اثر معناداری دارد. در پایان نیز معلوم شد کیفیت اطلاعات مشتری بر عملکرد کلی شرکت از طریق متغیر میانجی عملکرد ارتباط با مشتری اثر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

مشتری مداری، مدیریت ارتباط با مشتری، عملکرد شرکت، کیفیت اطلاعات مربوط به مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/785112>

