

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) بر عملکرد مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs)

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد در توسعه پایدار (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

محمدحسین عبدالرحیمیان - عضو هیات علمی دانشگاه میبد

سید احمد میرجعفری اردکانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی_مهندسی مالی و مدیریت ریسک، دانشگاه علم و هنر یزد

خلاصه مقاله:

در دنیای امروز لازمی تدوام فعالیت ها و حفظ قدرت رقابتی توجه به مشتریان می باشد که به دلیل ارتباط مستقیمی که با اقدامات سازمان دارند، منبع ارزشمندی برای فرصت ها و تهدیدات و سوالات عملیاتی مرتبط با صنعت مربوط هستند. مدیریت ارتباط با مشتریان تلاش سازمانی در جهت به دست آوردن و حفظ مشتری است، مشتریان هسته یک کسب و کار هستند و موفقیت یک شرکت به مدیریت موثر روابط با آنان وابسته است. مدیریت ارتباط با مشتری بر ساختن روابط بلند مدت و با ثبات که بر ارزش مشتری و شرکت می افزاید، تمرکز می نماید. مدیریت ارتباط با مشتری بر ساختن روابط بلند مدت و با ثبات که بر ارزش مشتری و شرکت می افزاید، تمرکز می نماید. مدیریت ارتباط با مشتری استراتژی است که برای کسب آگاهی بیشتر در مورد نیازها و رفتار مشتریان و ارتباط بیشتر با آنان استفاده می شود. روابط خوب با مشتری رمز موفقیت در کسب و کار است. روشی جهت شناسایی مشتریان و راضی نگه داشتن و تبدیل آنها به مشتریان همیشگی است و شناخت درست و حفظ مشتریان از عوامل اثرگذار در دنیای رقابت امروز می باشد. هدف این مقاله بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) بر عملکرد مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs) می باشد. در این مقاله برای جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه ای و جستجو از طریق منابع الکترونیک به منظور بررسی ادبیات موضوع، پیشینه تحقیق، پرداخته شده و در ادامه نیز روش پژوهش و نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها بیان شده است. نتایج به دست آمده نشان داد که مدیریت رابطه با مشتری (CRM) بر عملکرد مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs) تاثیر مثبت و معنادار وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، عملکرد مالی، کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/789089>

