

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر در پیاده سازی مدیریت ارتباط مشتری و تاثیر آن بر بهبود فرآیندهای داخلی و سودآوری: مطالعه شعب بانک سپه استان قم

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی کاربردهای حسابداری و مدیریت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

کبری رهبری - دانشگاه تهران

عبدالحسین کریمپور - استادیار بخش مدیریت دانشگاه شیراز

امیرحسین شایق - دانشگاه شیراز

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش، شناسایی و مدل سازی مهمترین عوامل درون سازمانی و برون سازمانی در پیاده سازی موفق سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در شعب بانک سپه و تاثیر آن بر بهبود فرآیندهای داخلی سازمان از یک سو و رضایت مشتریان و سودآوری از سوی دیگر است. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران و کارشناسان ارشد شعب بانک سپه استان قم به تعداد 285 نفر میباشد. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید که اعتبار آن با روایی صوری و پایایی با ضریب آلفای کرونباخ 0/77 تایید گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه های پژوهش از رویکرد معادلات ساختاری و از نرم افزارهای SPSS22 و Amos22 استفاده شد. نتایج پژوهش ضمن شناسایی مهمترین عوامل موثر در پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری، نشان داد که اجرای اثربخش مدیریت ارتباط با مشتری بر بهبود فرآیندهای داخلی سازمان، سودآوری و رضایت مشتریان آن تاثیر مثبت دارد.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتریان، فرآیندهای داخلی، سودآوری، شعب بانک سپه، مدیریت ارتباط با مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/807521>

