

## عنوان مقاله:

ضرورت و ویژگی های پیاده سازی الکترونیک مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و انطباق آن در صنعت بیمه

## محل انتشار:

بیست و یکمین همایش ملی و هفتمین همایش بین المللی بیمه و توسعه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

مجید بیانی - پژوهشگر، عضو هیئت علمی دانشگاه ملی کاستاریکا (آمریکای مرکزی)

رضا جعفری - پژوهشگر، مشاور اتکایی و امور بین المللی بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران

محسن شفیعی نیک آبادی - پژوهشگر، عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان

## خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری از نوآوری های استراتژیکی دهه های اخیر پژوهشگران حوزه مدیریت کسب و کار و بازاریابی با هدف افزایش ارزش افزوده شرکت تجاری، از طریق مدیریت موثر بروسه های ارتباطی با خریداران در مبادلات بازرگانی که می تواند بر ارتباطات متقابل با مشتری تاثیر گذارده، باعث حفظ و نگهدای مشتریان جهت بازگشت و خرید مجدد گردد، می باشد. استفاده از فن آوری های جدید الکترونیک در ساختارهای کسب و کار و تجارت بین الملل همگام با رشد و تکامل سریع ساختارهای نرم و سخت افزاری ارتباطی آنها باعث تکامل مدل های مدیریت ارتباط با مشتری پیشین و مهاجرت مدل های سنتی به مدل های ترکیبی شامل روش های سنتی و نوین گردیده است. در این مقاله چارچوب یک مدل مدیریت ارتباط با مشتری از نوع گراف کامل که در آن تمامی گره ها و ارتباطات تشکیل دهنده مدل مذکور (فروش، بازاریابی و خدمات بعد از فروش) در یک ساختار یکپارچه الکترونیک قابل پیاده سازی، معرفی و ویژگی ها و فواید موثر آن نظیر اتصال کامل، مقیاس پذیری، سرعت انعطاف پذیری و سادگی را مورد بررسی قرار داده و همراه با انطباق وجوه و نقاط مدل مدیریت ارتباط با مشتری مذکور در صنعت بیمه، ضرورت اجرای آنها متوجه متخصصان و محققان حوزه کسب و کار در صنعت بیمه می نماید.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، صنعت بیمه، پیاده سازی الکترونیک، فناوری اطلاعات (IT)

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825742>

