

عنوان مقاله:

تاثیرات CRM در نظام بانکی ایران

محل انتشار:

اولین همایش سراسری علم و فناوری هزاره سوم اقتصاد، مدیریت و حسابداری ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

علیرضا انصاری رامندی - دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی تاکستان

خلاصه مقاله:

با گسترش رقابت در عرصه های جهانی و محدودیت منابع، بکارگیری صحیح آن به عنوان یکی از چالش های عمده مدیریت مطرح و روابط بین کارکنان و مشتریان به عنوان مهم ترین و کمیاب ترین منابع سازمان که نقش قابل توجهی در سودآوری آن دارند، از اهمیت و توجه روزافزونی برخوردار شده است. در شرایط دشوار رقابت، ارتباط به هنگام و سازمان یافته با مشتریان، مناسب ترین راه افزایش رضایت مشتری، افزایش فروش و در عین حال کاهش هزینه هاست. به این ترتیب زمینه پیدایش علوم جدیدی در عرصه مدیریت تحت عنوان مدیریت ارتباط با مشتریان فراهم شد که به تبع توسعه رقابت، محدودیت مشتریان و لزوم پاسخگویی به نیازها و خواسته های متنوع و متغیر آنها شکل گرفت. در این مقاله، ضمن معرفی مدیریت ارتباط با مشتریان و ضرورت های استقرار آن و مزایا و چالش های پیش روی آن در سازمان، نقش CRM در بانک های ایران و نقاط ضعف، قوت و اهداف آن نیز مورد مطالعه قرار گرفته شده است.

کلمات کلیدی:

بانک، رضایتمندی، مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، مشتری مداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/830983>

