

عنوان مقاله:

تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر اجرای موثر استراتژی های شرکت عملیات اکتشاف نفت ایران - پروژه لرزه نگاری سه بعدی سپهر

محل انتشار:

کنفرانس ملی مدیریت و مهندسی صنایع ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

بهزاد سپیدکار - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور، ایران

مسعود پیردستان - دانشجوی دکتری مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی نور، ایران

خلاصه مقاله:

مهمترین دارایی شرکت ها مشتریان آنها هستند و کسب رضایت مشتریان جایگاهی حیاتی در اهداف سازمان دارد. به اقدامات، استراتژی ها و تکنولوژی هایی که شرکتها برای مدیریت و تجزیه و تحلیل تعاملاتشان با مشتری با هدف بهبود ارتباطات تجاری و افزایش فروش به کار میگیرند مدیریت ارتباط با مشتری می گویند. دلیل موفقیت سازمان های برتر، داشتن یک استراتژی خوب و اجرای خوب آن استراتژی است. هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش مدیریت ارتباط با مشتری بر اجرای موثر استراتژیها در شرکت عملیات اکتشاف نفت ایران - پروژه لرزه نگاری سه بعدی سپهر می باشد. جامعه ی آمارياین پژوهش از کارکنان این شرکت انتخاب شد. 50 پرسشنامه نامه توزیع گردید. بعد از یک هفته، تعداد 23 پرسشنامه جمع آوری گردید. ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش، پرسشنامه ای 15 سوالی، برگرفته از پژوهش سیرواستاوا سوشیل است. روابط بین متغیرها، با استفاده از نرم افزار PLS موردآزمایش قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که متغیرهای مرتبط با مدیریت ارتباط با مشتری واستراتژی های سازمانی، با یکدیگر مرتبط بوده و بر هم تاثیر دارند.

کلمات کلیدی:

استراتژی های سازمانی ، مدیریت ارتباط با مشتری، اجرای استراتژی، تکنیک حداقل مربعات جزیی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/831127>

