

## عنوان مقاله:

چالش های پیاده سازی مدیریت دانش مشتری در کسب و کارهای نوپا

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

منیره خانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیک دانشگاه حضرت معصومه (س)

خدیجه رفیعی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیک دانشگاه حضرت معصومه (س)

رها پاضایی نیا - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیک دانشگاه حضرت معصومه (س)

## خلاصه مقاله:

مدیریت دانش مشتری با مدل خلق ارزش در سازمان ها از طریق تبدیل سرمایه های فکری به بخشی از دارایی سازمانی ایجاد شده است و به عنوان یکی از ابزارهای راهبردی سازمان می باشد که هنگام تدوین راهبردها از منابع کلیدی تصمیم گیری به شمار می رود. مدیریت دانش مشتری این امکان را برای سازمان ها فراهم می آورد تا مشتریانی جدید به دست آورند و مشتریان فعلی خود را حفظ کنند که به نوبه خود سازمان را قادر می سازد تا رقابتی موثرتر داشته باشند و دست آورند و مشتریان فعلی خود را حفظ کنند که به نوبه خود سازمان را قادر می سازد تا رقابتی موثرتر داشته باشند و به طور قابل توجهی عملکرد سازمان را تحت تاثیر قرار می دهد اما به هر حال مدیریت دانش مشتری در سازمان ها با چالش های خاصی همراه است در این پژوهش چالش های فنی، سازمانی و انسانی بررسی شده اند و سپس فرآیندهای مدیریت دانش مشتری در سازمان مطرح شده اند و در نهایت چالش های هر مرحله از فرآیند مدیریت دانش مشتری شناسایی شده اند، که محققان و مدیران سازمان می توانند از این مدل برای وضعیت مدیریت دانش مشتری و مرحله ای که سازمان در آن قرار دارد و همچنین چالش هایی که در هر مرحله با آن مواجه است استفاده کنند.

## کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، دانش مشتری، کسب و کارهای نوپا، چالش های مدیریت دانش مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/831313>

