

## عنوان مقاله:

عوامل کلیدی موثر بر پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری در موسسات مالی و اعتباری خصوصی (مطالعه ی موردی موسسه ی اعتباری کوثر)

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات نوین بانکی، دوره 1، شماره 1 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

## نویسنده:

مجتبی مرادی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

## خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری یک فرایند تجاری است که تمام جوانب مشخصه های مشتری را آدرس دهی می کند، دانش مشتری را به وجود می آورد، روابط را با مشتری شکل می دهد و برداشت آن ها را از محصولات یا خدمات سازمان ایجاد می کند. مدیریت ارتباط با مشتری یکی از دستارودهای عصر اطلاعات و دانش است و با توجه به ویژگی های آن، امروزه سازمان ها با جدیت به دنبال بهره مندی از نتایج آن هستند. مقاله حاضر با هدف بررسی عوامل موثر بر استقرار فرایند مدیریت ارتباط با مشتری در موسسه اعتباری کوثر استان کرمانشاه انجام پذیرفته است. جامعه ی آماری پژوهش شامل کلیه ی کارکنان مدیریت شعب موسسه اعتباری کوثر استان کرمانشاه بوده که از مجموع پرسشنامه های توزیع شده (39 نفر جامعه ی آماری)، در کل تعداد 37 پرسشنامه گردآوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه استاندارد نیلسون (1996) بوده و برای تجزیه داده ها از آزمون t و فریدمن بهره گرفته شده است. نتایج حاصل از آزمون متغیرهای پژوهش نشان داد که تمرکز بر مشتریان اصلی و کلیدی، توجه به مدیریت دانش، برخورداری از فناوری مدرن و به روز و سازمان دهی فرایندهای کسب و کار در استقرار مدیریت ارتباط با مشتری در موسسه اعتباری کوثر تاثیرگذار هستند.

## کلمات کلیدی:

ارتباط با مشتری، موسسه اعتباری، جذب مشتری، عرصه رقابتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/836165>

