

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت استراتژی بازاریابی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت فولاد اکسین اهواز

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی یافته های نوین در حسابداری، مدیریت، اقتصاد و بانکداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

ملیکا روحانی زاده - دانشجوی کارشناسی مدیریت مالی، دانشگاه رازی کرمانشاه

فریماه احمدی بابادی - دانشجوی کارشناسی مدیریت مالی، دانشگاه رازی کرمانشاه

خلاصه مقاله:

امروزه پیشرفت های عظیم در ابعاد مختلفی مانند فناوری، ارتباطات، اقتصاد و روابط اجتماعی در کنار فشارهای رقابتی شدید دست در دست هم داده و شرکت های تجاری ناچار شده اند تا روش هایی برای بهبود عملکردشان ایجاد نمایند. در این شرایط راهبردهای استراتژیک بازاریابی و مدیریت این استراتژی ها پراهمیت ترین نقش های مدیریتی را در کسب و کار و عملکرد سازمان به خود اختصاص داده است. هدف از این پژوهش بررسی تاثیر مدیریت استراتژی بازاریابی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت فولاد اکسین اهواز بوده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان شرکت فولاد اکسین اهواز است که تعداد کل آن 320 نفر می باشد که با استفاده از فرمول کوکران 175 نفر به عنوان نمونه در نظر گرفته شده است. به منظور جمع آوری داده ها از سه پرسشنامه استاندارد مدیریت استراتژیک بازاریابی کوین و همکاران (2006)، استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری عالم محمد و همکاران (2013) و عملکرد سازمان کاپلن و نورتون (1995) استفاده کرده و جهت تحلیل نتایج از نرم افزارهای spss23 و lisrel استفاده گردید. نتایج بدست آمده در سطح خطای 05/0 نشان دهنده آن است که مدیریت استراتژیک بازاریابی بر استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد سازمانی تاثیر معناداری داشته و نقش میانجی استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری در تاثیر مدیریت استراتژی بازاریابی بر عملکرد سازمانی تایید شده است.

کلمات کلیدی:

استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری، عملکرد سازمان و مدیریت استراتژی بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/837515>

