

## عنوان مقاله:

توسعه مدلی جهت تبیین جایگاه فرهنگ، ساختار و فناوری دانشی سازمان در مدیریت ارتباط با مشتری

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

جلال رضایی نور - دانشجوی دکتری مهندسی صنایع دانشکده صنایع دانشگاه علم و صنعت ایران ته

سیدحامد موسوی راد - کارشناس ارشد مهندسی صنایع دانشگاه صنایع دانشگاه علم و صنعت ایران تهر

حمید خواجهوبی - کارشناس مهندسی صنایع، دانشکده فنی دانشگاه شهید باهنر کرمان

## خلاصه مقاله:

برای ایجاد یک رابطه خوب با مشتریان این ضروری می باشد که به هر مشتری به روش مورد علاقه اش خدمات دهیم بنابراین به مدیریت دانش بشری نیاز می باشد سیستم مدیریت دانش سیستم مهمی است که باید در هر سازمان گسترش یابد ضرورت بدست آوردن دانش مشتری تنها به شناخت اینکه چه کسانی هستند نیست بلکه چگونگی رفتار و الگوهایی که آنها پیروی می کنند را شامل می شود تسخیر دانش مشتری باید به عنوان یک رویکرد پویا و پیوسته انجام گردد تا اطلاعاتی در مورد مشتریان موجود مشتریان رانده شده و مشتریان جدید جمع آوری گردد. در این تحقیق ابتدا با بیان مفاهیم اولیه مدیریت دانش و قابلیت های زیرساختاری دانش به ضرورت وجود آن در بحث مدیریت ارتباط با مشتری پرداخته شده است و در نهایت با ایجاد یک مدل مفهومی ارتباط قابلیت های زیرساختاری دانش با فرایندهای مدیریت مشتری در 32 شرکت ایرانی مورد بررسی قرار گرفته است.

## کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، دانش مشتری، فرهنگ فناوری، ساختار، مدیریت ارتباط با مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/86475>

