

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت خدمات ادراک شده بر رضایت مشتری

محل انتشار:

اولین همایش ملی مدیریت با تاکید بر حمایت از کالا و خدمات ایرانی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

مریم قلندری - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد آباده، گروه مدیریت و حسابداری، آباده ایران

خلاصه مقاله:

در مدیریت ارتباط با مشتری یک استراتژی کلان برای تمام کسب و کار است که با هدف بهینه کردن سود، درآمد و رضایت مشتریان به کار گرفته می شود و برای محقق کردن این هدف، همه ی فعالیت های کسب و کار را حول گروه های مختلف مشتریان سامان می دهد و می کوشد رفتارهایی را در کسب و کار ایجاد کرده و توسعه دهد که نهایتا به رضایت بیشتر مشتریان منتهی شود. هدف در CRM، مدیریت بر روابط با مشتریان است و فرض بر آن است که مشتریان نه فقط به دلیل محصول متمایز و منطبق با نیازهایشان بلکه به دلیل تعلق خاطر به روابط شان با عرضه کنندگان محصولات، از یک سازمان خرید می کنند. به بیان دیگر، داشتن محصولات متمایز و منطبق با نیازهای مشتری شرط لازم است، ولی لزوما شرط کافی برای کسب و تداوم وفاداری مشتری نیست. شرط کافی داشتن روابط ماندگار با مشتری است. از این رو در تحقیق حاضر به دنبال بررسی ارتباط بین مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت خدمات و رضایت مشتری می باشیم.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، کیفیت خدمات، رضایت مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/906153>

