

## عنوان مقاله:

تحلیل وضعیت پیاده سازی مدیریت روابط با مشتری الکترونیکی (E-CRM) به منظور بهبود رضایت مشترکین

## محل انتشار:

شانزدهمین همایش ملی پژوهش های نوین در علوم و فناوری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

طاهره ساجدی - کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران. ایران

سیدجواد میرعابدینی - عضو هیات علمی مهندسی کامپیوتر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران. ایران

احمد علی یزدان پناه - عضو هیات علمی موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی ، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری. ایران.

## خلاصه مقاله:

دلیل انجام پژوهش حاضر، پیاده سازی مدیریت روابط با مشتری الکترونیکی به منظور بهبود رضایت مشتری در شرکت همراه او، با استفاده از طراحی سیستم استنتاج فازی تحت عنوان MCI.E-CRM+FIS بود، که برای اولین بار در حوزه پژوهشی مرتبط با موضوع ارائه می گردد. در واقع مسائل ای پژوهش را میتوان ابهام و خستگی تصمیم گیران پیاده سازی مدیریت روابط با مشتری الکترونیکی در شرکت همراه او بر اثر ترکیب روش های مختلف بهبود رضایت مشتری در شرکت همراه او در شرکت و پیاده سازی سیستم مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری ، بیان نمود. مراحل طراحی سیستم استنتاج فازی، ابزار تعیین متغیرهای مدل تصمیم گیری و چگونگی روایی و پایایی آن، بررسی شده اند. در نهایت حجم نمونه ای پایان نامه برابر است با 30 نفر از خبرگان در دسترس و متمایل به همکاری که با ترکیبی از دو روش نمونه گیری غیراحتمالی هدفمند (قضاوتی) و نمونه گیری گلوله برفی شدند. داده های مربوط به ابزار اندازه گیری شماره 1 (ابزار اندازه گیری تاثیر متغیرهای موثر بر پیاده سازی مدیریت روابط با مشتری الکترونیکی به منظور بهبود رضایت مشتری در شرکت همراه او) در فاصله زمانی اوایل تیرماه 1397 و داده های مرتبط با ابزار اندازه گیری شماره 2 (ابزار اعتبارسنجی سیستم استنتاج فازی جهت پیاده سازی مدیریت روابط با مشتری الکترونیکی به منظور بهبود رضایت مشتری در شرکت همراه او) در اواسط تیرماه 1397 جمع آوری شدند. در پژوهش حاضر، به منظور انجام آمارهای توصیفی، از نرم افزار SPSS ، و برای طراحی سیستم استنتاج فازی، از محیط برنامه نویسی MatLab استفاده شد در نهایت، با استفاده از خروجی های سیستم MCI.E-CRM+FIS میتوان وضعیت پیاده سازی مدیریت روابط با مشتری الکترونیکی به منظور بهبود رضایت مشتری در شرکت همراه او را بر اساس متغیرهایی از قبیل: وضعیت کیفیت اطلاعات سیستم E-CRM ؛ وضعیت کیفیت خدمات سیستم E-CRM ؛ وضعیت پاسخگویی سیستم E-CRM ؛ وضعیت تمایل مشتری به سیستم E-CRM و وضعیت کارایی سیستم E-CRM ؛ مورد تحلیل قرار داد. در واقع، اختلاف نهایی بین خروجی های سیستم استنتاج فازی ای پژوهش یعنی MCI.E-CRM+FIS و میانگین نظرات خبرگان معنی دار نبوده و برابر با 0 / 065 محاسبه شد

## کلمات کلیدی:

سیستم مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری ؛ شرکت همراه اول ؛ رضایت مشتری ؛ منطق فازی ؛ محیط برنامه نویسی Matlab .

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/932737>

