

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر پیاده سازی در رابطه با CRM و عملکرد آن

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

فاطمه علی بیگی نژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی بین المللی، دانشگاه پیام نور، قشم، ایران

باقر باقریان کاسگری - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر ابعاد CRM بر عملکرد آن در بانک های خصوصی بندرعباس انجام شده است. در این راستا اثر 4 بعد CRM شامل؛ مدیریت مشتری، تکنولوژی CRM، هماهنگی سازمانی و استراتژی CRM بر عملکرد آن (سودآوری، رشد سازمانی و وفاداری مشتری) مورد بررسی قرار می گیرد. این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش پیمایشی می باشد. جامعه آماری این تحقیق را کارکنان، مدیران؛ و مشتریان بانک به ترتیب 225 و 384 برآورد گردید و نمونه برداری به روش تصادفی ساده انجام شد. ابزار مورد استفاده در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات، پرسشنامه می باشد که بر حسب سطوح ابعاد مساله اصلی و سوالات پژوهش از دو پرسشنامه استفاده شده است. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده از روش مدل یابی معادلات ساختاری و نرم افزارهای SPSS و Smart PLS، استفاده شد. نتایج، بیانگر تایید تمامی فرضیه های تحقیق می باشد و ابعاد CRM بر عملکرد آن تاثیر مثبت و اجرای تاخیری ابعاد CRM بر عملکرد تاثیر منفی دارد. علاوه بر این نتایج نشان می دهد که مدیریت مشتری بالاترین تاثیر را بر سودآوری؛ تکنولوژی CRM، بر سودآوری و وفاداری مشتری به طور مساوی؛ همچنین هماهنگی سازمانی و استراتژی CRM به ترتیب بالاترین تاثیر را روی رشد سازمانی داشته اند که این امر به وضوح به اهداف بانک هابستگی دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، عملکرد، هماهنگی سازمانی، زمان پیاده سازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/935608>

