

عنوان مقاله:

بازاریابی صنعتی و مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

کنفرانس نوین پژوهش های نوین کاربردی در مدیریت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

غزاله برقی شهری - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه سیستان و بلوچستان،

علیرضا شهرکی - عضو هیات علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان،

خلاصه مقاله:

امروزه جذب مشتری جدید بسیار گرانتر از نگهداری مشتری موجود است. به منظور کارآتر و موثرتر بودن در عملکرد، سازمانها در جستجوی پرورش و ایجاد روابط قوی، سودمند، عمیق و طولانی مدت با مشتریان خود هستند. دنیای رقابتی امروز، مشتری نقش کلیدی و مهمی در حفظ جایگاه و نهایتا بقای سازمانها دارد. مدیریت ارتباط با مشتری یاریرسان سازمانها در ایجاد ارتباط اثربخش با مشتریان است. تحقیق حاضر به بررسی بازاریابی صنعتی و مدیریت ارتباط با مشتری پرداخته و عوامل موثر و تاثیرگذار بر آن را موردبررسی قرار داده ایم.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، بازاریابی صنعتی، عملکرد سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/969910>

