

عنوان مقاله:

ارایه مدلی برای مدیریت ارتباط با مشتریان مبتنی بر مدیریت دانش

محل انتشار:

اولین همایش ملی مدیریت (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 1

نویسندگان:

عبدالرضا نداف - عضو هیات علمی دانشگاه شیراز

فرزانه پوراحمدیان - کارشناس ارشد مهندسی فناوری اطلاعات

خلاصه مقاله:

تقاضای رو به رشد مشتریان برای کیفیت و نوآورانه بودن کالاها و خدمات، شرکتها را تحت فشار قرار داده است. این موضوع به همراه رقابت جهانی، قواعد بازار را دستخوش تغییر نموده و شرکتها را وادار کرده است تا به سرعت خود را با تغییرات وفق دهند. چالش اخیر و فشار برای کاهش قیمتها، مستلزم تغییر و طراحی مجدد مدل کسب و کاری سازمانها میباشد. در این راستا مدلهای کسب و کاری مشتری محور از توجه بسیاری برخوردار بودهاند. مدلهای فرایندهای مشتری محور، نیازمند دانش وسیعی میباشند. شرکتهای مشتری محور باید دانش مورد تقاضای مشتریان را فراهم کنند، دانش دریافت شده از مشتریان را پردازش نمایند و در سازمان دانش درباره مشتریان را نگهداری کنند. در نتیجه دانش، منبعی حیاتی برای رقابت و رقابت پذیری با دوام در قرن 21 محسوب میشود. توسعه و رشد چنین دانشی برای پشتیبانی از فرایندهای تجاری، وظیفه مدیریت دانش میباشد. بنابراین، کار رد مفاهیم و تکنولوژیهای مدیریت دانش (بطور کلی تواناییهای مدیریت دانش) در زمینه مدیریت ارتباط با مشتری، زمینه مساعدی برای تحقیق محسوب میشود. از اینرو، مدلی یکپارچه برای مدیریت ارتباط با مشتری از طریق کاربرد تکنولوژی مدیریت دانش ارائه شده است این پژوهش تاکید بر این دارد که چگونه مفاهیم KM می توانند در حوزه CRM کاربرد شوند.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت دانش، مدیریت دانش مشتری، دادهکاوی، رقابت پذیری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/97319>

