

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر موفقیت مدیریت مشتری مدار در سازمان های امروز

محل انتشار:

اولین همایش ملی مدیریت (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

علی ثریایی - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی بابل

سیده مرضیه سجادی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

سیدعلی سجادی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

حمیده مقدری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

در محیط کسب و کار امروز جنگ برسر بدست آوردن مشتریان هرروز بیشتر و بیشتر می شود هانی شدن افزایش رقابت و پیشرفتهایی در تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات ICT سازمان ها را وادار کرده است که بروی مدیریت ارتباط با مشتری متمرکز شوند تا بتوانند به یک روش مناسب در آمد خود را بالا ببرند مدیریت ارتباط با مشتری CRM ، کلید کسب و کار رقابتی است و نیازمند تمرکز بر نیازهای مشتری است تا بتواند یک رویکرد مشتری گرا را در سازمان بگنجاند با استفاده از ICT کسب و کارها تلاش می کنند که به مشتریان نزدیکتر شده و یک رابطه طولانی مدت با وی برقرار کنند. دراین مقاله ضمن تعریف CRM و بیان اهمیت آن به مقایسه بازار یابی سنتی و رویکرد مدیریت ارتباط با مشتری و مزایای آن پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

مدل اثربخش، مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتری، سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/97364>

