

عنوان مقاله:

تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر رضایت مندی ارباب رجوع در بیمارستان بوعلی شهر تهران

محل انتشار:

پنجمین همایش بین المللی مدیریت، روانشناسی و علوم انسانی با رویکرد توسعه پایدار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

علی همت شیرزاده

محمد رضا ربیعی

خلاصه مقاله:

نقش مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان یک ابزار استراتژیک در توسعه سازمان های تولیدی و خدماتی انکار ناپذیر است. هر چند که مقوله جدیدی نیست و از زمانی که عرضه و تقاضا وجود داشته باشد هر گاه عرضه بر تقاضا پیشی گرفته است ایجاد ارتباط با مشتری در جهت نگهداری او و ایجاد حس وفا داری در او مدنظر بوده. امروزه با ورود تکنولوژی های جدید ارتباط الکترونیکی مقوله مدیریت ارتباط با مشتریان با توجه به ایجاد بستر های جدید ارتباطی دچار تحول شده اند و امکانات بسیار زیاد و جدیدی را به سازمان ها و بنگاه های اقتصادی داده اند. در کشور ما نیز همگان موارد ذکر شده را پذیرفته و تایید می نمایند، اما مشکل اینجاست که شاخص های مشخص و فاکتورهای که بتواند گویای یک سازمان از این نظر باشد و به تصمیم گیری مدیریت سازمان در این زمینه کمک نماید وجود ندارد. در این تحقیق ابتدا به عنوان یک مطالعه موردی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر رضایت مندی ارباب رجوع در بیمارستان بوعلی تابعه دانشگاه آزاد اسلامی واجد علوم پزشکی شهر تهران مطالعه و بررسی شده است. همچنین در این تحقیق برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده است. نوع و هدف تحقیق: کاربردی، روش تحقیق: توصیفی پیمایش، ماهیت و نوع مطالعه: همبستگی، روش گردآوری و مدل: میدانی و طبقه ای ساده چندمتغیرو برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از روشهای آماری کولوموگروف - اسمیرنوف (کی اس)، آزمون چند جمله ای ساده و رگرسیون و آزمون تحلیل واریانس فریدمن استفاده شده است. در پایان نیز با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاداتی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، رضایت مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/975485>

