

عنوان مقاله:

تاثیرات مدیریت ارتباط با مشتری با استفاده از فناوری های تلفن همراه

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی افق های نوین در علوم پایه و فنی و مهندسی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

علیرضا صفرنیا - دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات - تجارت الکترونیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لاهیجان

حسن رضاپور - استاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لاهیجان

خلاصه مقاله:

در سالهای اخیر، شبکه موبایل به یکی از اثربخستترین و کارآمدترین ابزارهای دسترسی به مشتریان در هر زمان و مکان تبدیل شده و لذا از جانب بسیاری از سازمانهای نوآور، جهت مدیریت ارتباط با مشتریان بکار گرفته شده است. این امر تحت عنوان مدیریت ارتباط با مشتریان تحت موبایل 1 (M-CRM) نامیده میشود. به عبارتی، M-CRM ارتباطات یکطرفه یا تعاملی دوطرفه است که در ارتباط با فروش، بازاریابی و فعالیتهای خدمت به مشتری از طریق رسانه موبایل برقرار میشود و هدف آن ایجاد و حفظ ارتباط با مشتری است. از اینرو، در این پژوهش برآنیم تا نخست زمینه های کلیدی تاثیرگذار بر پیاده سازی و بکارگیری مدیریت ارتباط با مشتریان تحت موبایل را به عنوان راهکاری نوین مورد بررسی قرار دهیم. هدف کلی این پژوهش شناسایی اثرات مدیریت ارتباط با مشتری و بازخورد و اثربخشی آن و در مراحل بعدی افزایش بهره‌وری از یک سازمان با افزایش بهره‌وری کارکنان، کاهش هزینه‌ها و مدیریت زمان و هماهنگی بهتر فعالیت می باشد. یافته های تحقیق نشان دهنده آن است که مشتریان علاقه بیشتری به MCRM داشتند و از لحاظ فاکتور جنسیت و میزان تحصیلات تفاوت معنی دار وجود دارد ولی از لحاظ سن و سابقه علمی و تجاری تفاوت معنی دار وجود ندارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، MCRM، اثرات، افزایش بهره‌وری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/980406>

