

عنوان مقاله:

مروری بر تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری CRM بر عملکرد مالی بانک

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

صدیقه کلا لیان مقدم - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی موسسه آموزش عالی حکیم نظامی قوچان

مریم توکلی - مدرس موسسه آموزش عالی حکیم نظامی قوچان

حمید صارمی - مدرس موسسه آموزش عالی حکیم نظامی قوچان

خلاصه مقاله:

در دهه اخیر با افزایش رقابت، جذب و حفظ مشتری که با ارزش ترین رکن رقابت شمرده می شود از اهمیت بالایی برخوردار شده است و بسیاری از سازمان ها آن را کلید موفقیت در کسب و کار می دانند. در عصر شفافیت اینترنتی و انتخاب و جهانی، سازمان دیگر نمی تواند پشت سیاست ها و قیمت ها پنهان شوند. با تقسیم بازار به بخش های مختلف و کالایی شدن خدمات، رقابت صرفاً بر مبنای قیمت دشوار شده است مشتریان آنقدر هوشمند هستند که میدانند حق انتخاب دارند و اگر از خدمات ارائه شده سازمان تجربه ی بدی داشته باشند از این حق استفاده میکنند و به سوی رقبا می روند. در واقع اهرم های قدرت از سازمان به مشتریان منتقل شده است. بنا بر این امروز مهمترین چالش های تجاری و فن آورانه عبارتند از جذب مشتری و نگه داشتن او افزایش رضایت و وفاداری مشتری و در نهایت سود آوری. مدیریت ارتباط با مشتری از طریق بهبود فرایندها برای ایجاد ارتباط مناسب و ارائه پیشنهاد مناسب و در زمان مناسب به افزایش فرصت های شرکت (افزایش وفاداری مشتری و حفظ و نگهداری، حفظ مشتریان وفادار و سود آور برای افزایش سودآوری سازمان و ایجاد ارزش برای مشتری) منجر می شود. مقاله حاضر پس از مروری بر تعریف و اجزا و طبقه بندی به بررسی بیشتر مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد می پردازد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری CRM، مشتری، افزایش رضایت، مدیریت دانش، عملکرد مالی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/445374>

