

عنوان مقاله:

طراحی الگوی مدیریت دانش برای مدیریت ارتباط با مشتریان در صنعت بیمه

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس و جشنواره کسب و کار بیمه (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

فرهاد کریم خانی - کارشناس فناوری اطلاعات، متصدی امور بانکی بانک رفاه، دانشگاه آزاد اسلام

خلاصه مقاله:

دانش به عنوان یک فاکتور رقابتی کلیدی در اقتصاد جهانی شمرده میشود اما برای حضور موفق در بازار پویایی امروزی باید یک جز مهم دیگر بنام مشتری را نیز مدنظر قرار داد مدیریت دانش مشتریان برای سازمان ها این امکان را فراهم می آورد که با احتمال بیشتری قادر به تشخیص فرصتهای بازار بوده و مزیت رقابتی خود را افزایش دهند مدیریت دانش مشتری در ارتباط با بدست آوردن اشتراک گذاری و بسط دانش مشتریان و در راستای به سودرسانی مشترک بین مشتریان و سازمان است مدیریت دانش جریانی ازدانش حول موضوعات مشتری را بین گروه های کاری اسانتر میسازد و بدین وسیله با یکپارچه سازی دانش مرتبط با مشتری به سرعت و کارایی در رسیدن به آن نقش عمده ای دارد در این مقاله ابتدا به مفاهیم مدیریت دانش و مدیریت ارتباط با مشتریان آشنا می شویم و سپس به اقدامات مدیریت دانش در بهبود فرایند مدیریت ارتباط با مشتری پرداخته و در پایان مدلی مفهومی در جهت بهبود ارتباط بین مدیریت دانش و مدیریت ارتباط با مشتری ارائه میدهیم

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت دانش مشتری/صنعت بیمه/چارچوب مفهومی crm/

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/201647>

