

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل کلیدی و ارائه الگوی یکپارچه در جهت پیاده سازی، اجرای موفق مدیریت ارتباط با مشتری (CRM). (سازمان مورد مطالعه بانک ملت).

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و فرهنگ ایرانی اسلامی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

فرزاد رضانی راد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی (EMBA)، گرایش استراتژیک از دانشگاه آزاد اسلامی (واحد الکترونیکی)

سیامک نوری - دکترای مهندسی صنایع، دانشیار و عضو گروه مدیریت سیستم و بهره وری، عضوی هیات علمی دانشگاه مهندسی صنایع، دانشگاه علم و صنعت، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش به تدوین عوامل کلیدی و موثر و همچنین ارائه الگوی یکپارچه در جهت پیاده سازی و اجرای موفق مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در بانک ملت می پردازد این تحقیق از براساس روش کار توصیفی و از لحاظ نوع هدفی کاربردی است. در این تحقیق، تجزیه تحلیل با استفاده از آمار استنباطی و استفاده از نرم افزار SPSS انجام شد. برای تحلیل داده ها از توزیع فراوانی، شاخص های مرکزی و پراکندگی، تحلیل همبستگی پیرسون و آزمون t و جهت رتبه بندی متغیرها از آزمون فریدمن استفاده شده است. باتوجه به تجزیه و تحلیل داده ها نتایج تحقیق نشان داد که: تغییرات فرهنگ سازمانی، تغییرات تکنولوژیکی و تغییرات ساختار سازمانی، تغییرات استراتژی، تغییرات محیطی در پیاده سازی و اجرای موفق مدیریت ارتباط با مشتری تاثیر معنادار و مثبتی دارند. و همچنین با استفاده از آزمون فریدمن در فرایند پیاده سازی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری بالاترین امتیازات به ترتیب به عوامل فرهنگی، استراتژی، تکنولوژی، ساختاری و محیطی اختصاص داشت درنهایت به بیان الگوی یکپارچه پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری در بانک ملت پرداخته شد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، تکنولوژی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/362070>

