

عنوان مقاله:

تحلیل تاثیر مدیریت دانش برمدیرتی ارتباط با مشتری درکسب وکارهای الکترونیکی

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین المللی مدیریت دانش (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

رضا پیرایش - استادیارگروه مدیریت و حسابداری دانشگاه زنجان

مصطفی چهارراهی - دانشجوی رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه زنجان

خلاصه مقاله:

دردنیای رقابتی امروز مشتری نقش کلیدی و اساسی درحفظ جایگاه و بقا سازمان ها دارد مدیریت دانش پیش نیازی برای کسب و کارالکترونیکی و روند رو به رشد مشتری مدارانه این نوع کسب و کارها میباشد رشد چشمگیرکسب وکارهای الکترونیکی توجه به مقوله CRM را به منظور جذب و حفظ مشتریان و رضایت آنها به مقوله مهمی تبدیل کردها ست دراین مقاله ابتدا به معرفی رویکرد مدیریت دانش و مدیریت ارتباط با مشتری بیان تفاوت آن درسازمان های الکترونیکی و سنتی پرداخته و درادامه به بررسی نقش مدیریت دانش درخلق ارزش درفرایندهای مدیریت ارتباط با مشتری درکسب وکارهای الکترونیکی می پردازیم و درنهایت به ارایه چارچوبی برای اجرای بهتر مدیریت ارتباط با مشتری ازطریق دانش درکسب و کارهای الکترونیکی می پردازیم

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش ، مدیریت ارتباط با مشتری ، کسب وکارهای الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/481600>

