

عنوان مقاله:

ارائه راهکارهای موثر برای اجرای مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی توسط دانشگاه علمی کاربردی: مطالعه موردی دانشگاه علمی کاربردی واحد 20 تهران

محل انتشار:

دو فصلنامه مدیریت مهندسی و رایانش نرم، دوره 3، شماره 2 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

احسان بابائی - کارشناسی ارشد، مهندسی فناوری اطلاعات گرایش تجارت الکترونیکی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیک، تهران، ایران.

احرام صفری - استادیار، گروه توسعه کسب و کار و کارآفرینی فاوا، پژوهشکده راهبردی و سیاست گذاری فاوا/ عضو هیات علمی پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات، تهران، ایران.

محمدکاظم صیادی - استادیار، گروه توسعه کسب و کار و کارآفرینی فاوا، پژوهشکده راهبردی و سیاستگذاری فاوا/ عضو هیات علمی پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

دانشگاه ها و موسساتی که قصد استفاده از سیستم مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی را دارند در ابتدا باید عوامل موثر بر پیاده سازی آن را مورد سنجش قرار دهند تا بتوانند براساس آن یک سیستم شفاف جهت فراهم نمودن رضایت دانشجویان و مدیریت عملیات روزانه خود ارائه دهند. در این مقاله به بررسی تاثیر اجرای سیستم مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی از دیدگاه دانشجویان در دانشگاه مورد نظر می پردازیم. این مقاله از لحاظ هدف از نوع پژوهش های کاربردی بوده و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی واحد 20 بوده و برای تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده از پرسشنامه محقق ساخته و آزمون فرضیه ها از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج این بررسی نشان داد عواملی همچون تعهد به مشتری، حفظ حریم خصوصی، اعتماد مشتری، سهولت، سرویس الکترونیکی با کیفیت، وفاداری و رضایت دانشجویان بر پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی دانشگاه موثرند. اجرای صحیح سیستم e-CRM، باعث افزایش وفاداری و رضایت دانشجویان از برنامه و خدمات دانشگاه می گردد.

کلمات کلیدی:

E-CRM، تعهد به مشتری، رضایت دانشجویان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/864981>

