

عنوان مقاله:

مدیریت روابط با مشتری (سی.آر.ام.) برپایه ی هوش کسب وکار در کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی

محل انتشار:

اولین همایش هوش سازمانی و هوش کسب و کار (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

رحمت اله فتاحی - استاد دانشگاه فردوسی مشهد، رشته علوم کتابداری و اطلاع رسانی

رضا رجبعلی بگلو - دانشجوی دکتری دانشگاه فردوسی مشهد، رشته علوم کتابداری و اطلاع رسانی

خلاصه مقاله:

از آنجاکه کاربر/مشتری مؤلفه ی قانونی فعالیت های سازمانی کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی است، ضرورت بکارگیری مدیریت روابط با مشتری (سی.آر.ام.) در این مراکز قابل تبیین خواهد بود. اجرای فرایندهای مشترک محور از طریق داد و ستد ها و اطلاعاتی صورت می پذیرد که از طریق نظام های هوشمند کسب وکار، جمع آوری و تجزیه و تحلیل می گردد. طراحی نظام سی.آر.ام.ی که بر اساس هوش کسب وکار استوار گردیده می تواند برای مدیریت موثر بر منابع سازمانی در این مراکز بکار گرفته شود. نمونه ابتدایی و کمتر توسعه یافته چنین نظام هایی را می توان در طراحی نرم افزارهای کتابخانه ای و فهرست های رایانه ای دسترسی همگانی (آپک) مشاهده کرد. در این مقاله تلاش شده با بیان مقدم های در زمینه تغییر رویکرد کاربرمداری به مشتری مداری و ضرورت سی.آر.ام. در کتابخانه ها، ارتباط بین هوش کسب وکار و سی.آر.ام. و نقش این دو در نرم افزارهای کتابخانه ای مورد بررسی قرار گیرد. در پایان نیز الگویی مفهومی/عملیاتی به منظور فراهم آوری داده ها و اطلاعات در جهت مدیریت اطلاعات سازمانی در این مراکز ارائه گردد

کلمات کلیدی:

مدیریت روابط با مشتری (سی.آر.ام.)، هوش کسب وکار، کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/135906>

