

## عنوان مقاله:

بررسی عوامل (رضایت مشتری، کیفیت خدمات، وفاداری) در مدیریت ارتباط با مشتری

## محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی مطالعات مدیریت در علوم انسانی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسنده:

زهرا جلال کمالی - دانشجو مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی، کرج

## خلاصه مقاله:

امروزه وجود رابطه قوی با مشتریان مهمترین رمز موفقیت در هر کسب و کار است. از این رو مفهوم مدیریت ارتباط با مشتری که به معنی تلاش سازمان جهت ایجاد و ارایه ارزش به مشتری است بسیار مورد توجه قرار گرفته است و سازمان هایی در عرصه تجارت موفق خواهند بود که بتوانند یک استراتژی بر ای ایجاد مزیت رقابتی تعیین کنند و در این حوزه به کار ببرند، کیفیت محصولات و یا خدمات خود را بالا برده، رضایت مشتریان خود را تامین کنند و در تلاش باشند که ای منبع مهم دارایی سازمانی را حفظ کنند تا به وفاداری از مشتری های خود دست یابند. هدف این پژوهش بررسی تاثیر عوامل: کیفیت خدمات، رضایت مشتری، وفاداری در مدیریت ارتباط با مشتری می باشد و با مروری بر مقالات و کتاب های مرتبط با این حوزه به تحلیل این سه عامل پرداختم.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، کیفیت خدمات، رضایت مشتری، وفاداری،

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1475658>

