

عنوان مقاله:

داده کاوی جهت تجزیه و تحلیل زمینه های تاثیرگذار در پذیرش و پیاده سازی MCRM

محل انتشار:

کنگره موبایل ایران (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

لیلا سلیمانی نژاد

خلاصه مقاله:

امروزه، مدیریت ارتباط با مشتریان (Customer Relationship Management) به سودآوری بیشتر شرکتها منجر میگردد. شرکتها عموماً مدیریت ارتباط با مشتری را جهت شناخت مشتریان و فراهم آوردن محصولات و خدماتی سفارشی شده به منظور افزایش رضایت مشتریان و تحقق ارتباطات مستمر، پایدار و بلندمدت مورد استفاده قرار میدهند. جامعه آماری مورد نظر در این تحقیق، شرکتهای دارویی و نمونه آماری بکار گرفته شده جهت گردآوری، تجزیه و تحلیل داده های تحقیق و حصول نتایج، شرکتهای گروه دارویی داروپخش میباشد. تبیین اهداف به مدیریت ارشد سازمان کمک خواهد کرد تا استراتژیهای کلان بازاریابی و مدیریت مشتریان خود را با محوریت اهداف شناسایی گردیده شکل دهد و بتواند با ایجاد همسویی و همراستایی میان کلیه فعالیتهای و اقدامات مرتبط با این مقوله، حداکثر بهره و استفاده را از آن بجوید.

کلمات کلیدی:

داده کاوی، MCRM، CRM

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/222607>

