

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط بین مدیریت ارتباط با مشتری بر عملکرد بانک شهر شعب غرب تهران

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های جدید در مدیریت و حسابداری، دوره 5، شماره 17 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

محمدتقی تقوی فرد - دانشیار، عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

سهیلا جعفرنژاد - دانشجوی دکتری مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

محمدعلی شیخ - کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه مهر البرز، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

اعتقاد بر این است که مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) میتواند در توانمندسازی سازمان ها در جهت پی بردن به تمرکز مشتری بسیار مفید باشد و از همین رو در دستور کار بسیاری از سازمان ها قرار گرفته است. هر چند مطالعات زیادی روی مقوله مدیریت ارتباط با مشتری انجام شده است ولی مطالعات محدودی بر روی عوامل تاثیرگذار بر میزان پذیرش مدیریت ارتباط با مشتری وجود دارد. در این مطالعه مدیریت ارتباط با مشتری بر عملکرد بانک شهر شعب غرب تهران، جامعه آماری این تحقیق کلیه کارمندان بانک شهر شعب غرب تهران میباشد. روشهای گردآوری اطلاعات در این تحقیق مطالعات کتابخانه ای، تحقیقات میدانی است. برای محاسبه پایایی ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد، برای بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون کلموگروف-اسمیرنف، شاخص kmo و آزمون بارتلت، مدل معادلات ساختاری برای آزمون فرضیات و همچنین آزمون فریدمن برای رتبه بندی متغیرها استفاده گردید. نتایج نشان میدهد بین مزیت نسبی با تعامل با CRM، پیچیدگی با تعامل با CRM و رویت پذیری با تعامل با CRM، ارتباط فرهنگ گروهی سازمانی با تعامل با CRM، قابلیت در دسترس درک شده از راه حل های IT با تعامل با CRM و ارتباط محیط رقابتی شدید با تعامل با CRM ارتباط وجود ندارد. همچنین هر چه نگرش افراد نسبت به تغییر مثبت تر شود، تعامل با CRM کمتر میشود. بین جهت گیری بازار با تعامل با CRM و جهت گیری نوآورانه با تعامل با CRM ارتباط وجود دارد. با توجه به خروجی نرم افزار رتبه متغیرهای تحقیق با هم متفاوت میباشد. با توجه به جدول رضایت کارکنان بالاترین رتبه و تعامل با CRM پایینترین رتبه را به خود اختصاص داده شدند.

کلمات کلیدی:

ارتباط با مشتری، عملکرد، جهت گیری بازار، جهت گیری نوآورانه، مزیت نسبی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/898921>

