

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط بین متغیرهای مرتبط با مدیریت ارتباط با مشتری

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی پژوهش های نوین در مدیریت و حقوق (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

اصغر صبی پورده شیخ - کارشناس ارشد، گروه مدیریت، واحد زرقان، دانشگاه آزاد اسلامی، زرقان، ایران

سعید رازقی - استادیار گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری رویکردی در سطح کل سازمان است، نه فقط در بدست آوردن آگاهی درباره مشتریان، بلکه در بهبود بخشیدن و خودکارسازی فرآیندهای کاری که برای مشتریان، تامین کنندگان و کارکنان سازمان ارزش آفرینی می کند. لذا پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل ساختاری متغیرهای مرتبط با مدیریت ارتباط با مشتری در بین کارکنان فروشگاه های زنجیره ای اتکا استان فارس صورت پذیرفت. تحقیق حاضر از منظر هدف کاربردی و بر مبنای روش به شیوه توصیفی به نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل تمامی کارکنان فروشگاه های زنجیره ای اتکا استان فارس به تعداد 150 نفر در نظر گرفته شد. روش نمونه گیری در این تحقیق روش نمونه گیری تصادفی است. حجم نمونه به کمک فرمول نمونه گیری کوکران 109 نفر تعیین گردید. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد می باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد که متغیرهای حمایت مدیران، تعهد کارکنان، اعتماد کارکنان، مدیریت دانش و تسهیم دانش ارتباط مستقیم و معناداری با مدیریت ارتباط با مشتری دارند.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، اعتماد سازمانی، تعهد سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/900665>

