

## بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری و بازاریابی رابطه مند بر عملکرد سازمانی (مطالعه مورد: شرکت هوشمند ارتباط رهگشا)

سعیده حسینی گل<sup>۱</sup>، الهام وصلی<sup>۲</sup>

۱- دانشجوی رشته مدیریت صنعتی ، موسسه آموزش عالی فاران، تهران ، ایران

۲- مدیر گروه مهندسی کامپیوتر موسسه آموزش عالی فاران مهر دانش، تهران ، ایران .

### چکیده:

هدف از پژوهش حاضر : بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری و بازاریابی رابطه مند بر عملکرد سازمانی (مطالعه مورد: شرکت هوشمند ارتباط رهگشا) می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی کارکنان شرکت هوشمند ارتباط رهگشا به تعداد ۱۳۵ نفر می باشد که از بین آنها ۱۰۰ نفر به عنوان نمونه پژوهش بصورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه های محقق ساخته مدیریت ارتباط مشتری، بازاریابی رابطه مند و پرسشنامه استاندارد عملکرد سازمانی که توسط هرسی و گلداسمیت طراحی شده است، می باشد. روش تجزیه و تحلیل با استفاده از آزمون رگرسیون انجام شد و نتایج پژوهش نشان دهنده آن است که مدیریت ارتباط مشتری بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد. بازاریابی رابطه مند بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد.

**واژگان کلیدی :** مدیریت ارتباط با مشتری، بازاریابی رابطه مند، عملکرد سازمانی