

مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی (E-CRM) و عملکرد آن: چالش‌ها و راهکارها

نبی اله محمدی¹، صابر عزیزی²، محمدرضا رجبی³

1. گروه مدیریت، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

Mohammadi_management@yahoo.com

2. گروه مدیریت، بازاریابی، صوفی رازی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی، زنجان، ایران (نویسنده مسئول)

Hoot73a@gmail.com

3. گروه مدیریت، بازاریابی، صوفی رازی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی، زنجان، ایران

Mr_rajabi62@yahoo.com

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، مطالعه مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک (E-CRM) و عملکرد آن می‌باشد. در این پژوهش سعی شده است با استفاده از نتایج تحقیقات پیشین در موضوع فوق‌الذکر و اطلاعات موجود در بانک‌های اطلاعاتی، به روش کتابخانه‌ای اطلاعات مورد نیاز تحقیق جمع‌آوری گردیده، تا به روش مروری - تحلیلی، مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک تحلیل گردد. نتایج پژوهش حاضر گویای آن است که مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک یکی از الزامات دنیای امروز سازمان‌هاست و یکی از ستون‌های جذب و نگهداشت مشتری و سودآوری برای شرکت و سازمان محسوب می‌گردد.

واژگان کلیدی: مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک.