

## Second International Conference on Management and Development Culture مدیریت ارتباط با مشتری در فضای مجازی (E-CRM) راهبردی نوین در خلق رضایت مشتری

الهه ترابیان

کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد ملایر، ایران

### چکیده

خلق ارزش برای مشتری، یکی از مهمترین عوامل سودآوری بنگاه های اقتصادی می باشد. رقابت در عرصه خلق ارزش برای مشتری و تلاش برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و برتری استراتژیک نسبت به رقبا موجب گردیده است تا توجه به مشتری و کسب رضایت وی از اهمیت والایی برخوردار باشد. فروش در فضای الکترونیک که توأم با رقابت کامل بنگاههای اقتصادی است از یک سو و توسعه فناوریهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی از سوی دیگر موجب گردیده است که مشتریان نقش تعیین کننده ای در بقا یا زوال فروشگاههای الکترونیک داشته باشند. مدیریت الکترونیکی ارتباط با مشتریان یکی از چالش برانگیزترین رهیافت های مدیریتی می باشد. این چالش از آن جهت است که اولاً تعریف عام و پذیرفته شده ای برای آن در بین سازمان ها وجود ندارد و دوم اینکه بسیاری از سازمان ها صرفاً از دید تکنولوژیک به آن می نگرند.

واژه های کلیدی: مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی، رضایتمندی

### Customer relationship management in cyberspace (eCRM) new strategy to create customer satisfaction

elahe,torabian

free university of malayer, malayer,Iran

#### Abstract

*Create value for the customer, one of the most important factors is the profitability of businesses. Competition in the creation of value for the customer and strive to achieve sustainable competitive advantage and a strategic advantage over competitors led to his customer focus and satisfaction is of the utmost importance. Sales in the electronic space with fully competitive enterprises develop new technologies of information and communication is on the one hand and on the other hand led customers a decisive role in the survival or demise of stores have a. Electronic customer relationship management is one of the most challenging managerial approach. The challenge of the first order for its broadly accepted among organizations there And second, that many organizations simply to see technological vision.*

**Keywords:** Customer, customer relationship management, e-satisfaction