

مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری

ندا میرزایی

دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور کرمانشاه

Email: nmirzai@yahoo.com

چکیده

سیستم ارتباط با مشتری الکترونیکی، به کمک یک سری ابزارهای تکنولوژیکی رسیدن به این امر را ممکن ساخته است، به کمک این سیستم، مشتریان با ارزش سازمان شناسایی، و ارتباط هرچه بیشتر با آنها فراهم می‌گردد. رقابت فزاینده در حوزه بازاریابی هم، موجب هرچه پررنگ تر شدن نقش سیستم مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی، در بهبود فرآیند تصمیم گیری، روابط موثرتر با مشتری و ارائه کالا و خدمات مطابق با نیازهای وی شده است. در واقع، اینترنت، بستری مناسب برای مدیریت ارتباط با مشتری موثرتر را فراهم می‌کند. این بستر ارتباط مستمر و با کیفیت با مشتریان را به همراه دارد. سرعت بالای اینترنت، کارایی در هزینه‌ها، دسترسی آسان و مداوم، کارایی در انتقال اطلاعات، شخصی سازی و انسجام، از ویژگی‌ها و نقاط قوت در کاربردهای مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی محسوب می‌شود. مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی یک استراتژی بازاریابی، فروش و خدمات برخط یکپارچه محسوب می‌گردد که در شناسایی، بدست آوردن و نگهداری مشتریان، که بعنوان بزرگترین سرمایه سازمان‌ها می‌باشند، ایفای نقش می‌با توجه به موارد ذکر شده بنظر می‌رسد که سازمان‌ها باید با ایجاد یک بستر مناسب و فراهم ساختن زیرساخت‌های لازم، بکارگیری و اجرای موثر آن را در سازمان مورد توجه قرار داده و به عواملی که موجب پذیرش هرچه بیشتر آن توسط کاربران می‌گردد توجه لازم را بنمایند.

واژگان کلیدی: ارتباط الکترونیکی، مشتریان، اینترنت.