

تأثیر ظرفیت سازمانی بر عملکرد مدیریت ارتباط با مشتری

-
-
-
-
-
-

www.ketab.ir

[تألیف و گردآوری]

سیده فاطمه فرهنگ مقام

سرشناسه	:	فرهت مقام، سیده فاطمه
عنوان و نام پدیدآور	:	تاثیر ظرفیت سازمانی بر عملکرد مدیریت ارتباط با مشتری/
	:	تالیف و گردآوری سیده فاطمه فرهت مقام.
مشخصات نشر	:	تهران: مؤسسه آموزشی تالیفی ارشدان، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۱۵۸ ص.: جدول، نمودار.
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۰۸-۱۷۸۱-۹
وضعیت فهرست نویسی	:	فیپا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۱۳۳ - ۱۴۹.
موضوع	:	مشتری شناسی - مدیریت
		Customer relations -- Management
رده بندی کنگره	:	HF۵۴۱۵/۵
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۸۱۲
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۵۴۵۹۵۶
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	فیپا.

www.ketab.ir
ارشدان
 مؤسسه آموزشی تالیفی ارشدان

نام کتاب:	تاثیر ظرفیت سازمانی بر عملکرد مدیریت ارتباط با مشتری
تالیف و گردآوری:	سیده فاطمه فرهت مقام
ناشر:	آموزشی تالیفی ارشدان
ویرایش:	اول
نوبت چاپ:	اول ۱۴۰۰
طراح و گرافیکست:	www.irantypist.com
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۰۸-۱۷۸۱-۹
شمارگان:	۱۰۰۰
مرکز خرید آنلاین:	www.arshadan.com www.arshadan.net
مرکز پخش و توزیع:	۰۲۱۴۷۶۲۵۵
قیمت:	۷۰۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۱۱	فصل اول: کلیات
۱۳	تبیین موضوع
۱۵	اهمیت موضوع
۱۶	اهداف
۱۶	چارچوب نظری
۱۷	روش انجام تحقیق
۱۸	جامعه آماری
۱۸	روش نمونه‌گیری و حجم نمونه
۱۸	روش و ابزار جمع‌آوری
۱۹	روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۹	تعاریف و اصطلاحات کلیدی
۲۱	فصل دوم: مفاهیم و مرور تحقیقات پیشین
۲۳	بخش اول: ظرفیت سازمانی
۲۳	مقدمه
۲۳	ظرفیت سازمانی
۲۳	تعریف تعهد
۲۴	اهمیت تعهد

۲۴	تعهد مدیران عالی
۲۶	عوامل مؤثر بر تعهد سازمانی
۲۶	ویژگی‌های شخصی مؤثر بر تعهد سازمانی
۲۷	تأثیر روابط گروهی و رابطه با رهبر بر تعهد سازمانی
۲۷	اجزای تعهد سازمانی
۲۸	نتایج و طبقه‌بندی تعهد سازمانی
۲۹	شیوه‌های تقویت تعهد کارکنان در سازمان
۳۰	مدل سه بخشی تعهد سازمانی کارکنان
۳۰	دیدگاه‌هایی در مورد کانون‌های تعهد سازمانی کارکنان
۳۱	بخش دوم: دانش مشتری
۳۱	مقدمه
۳۲	تعریف دانش مشتری
۳۳	طبقه‌بندی انواع دانش مشتری
۳۷	بخش سوم: عملکرد CRM
۳۷	مقدمه
۳۸	عملکرد CRM (مدیریت ارتباط با مشتریان)
۳۹	عملکرد CRM از منظر مشتری
۵۵	عملکرد CRM از منظر فرآیندهای داخلی
۶۰	عملکرد CRM از منظر مالی
۶۱	عملکرد CRM از منظر نوآوری
بخش چهارم: ارتباط بین ظرفیت سازمانی، دانش مشتری و عملکرد مدیریت ارتباط با مشتری	
۶۳	مشتري
۶۳	ارتباط بین ظرفیت سازمانی و دانش مشتری
۶۶	ارتباط بین عملکرد CRM با دانش مشتری

۷۱	ارتباط بین عملکرد CRM و ظرفیت سازمانی (تعهد مدیران و کارکنان)
۷۴	ارتباط بین عملکرد مدیریت ارتباط با مشتریان، ظرفیت سازمانی و دانش مشتری
۷۵	بخش پنجم: معرفی سازمان مورد مطالعه
۷۵	تاریخچه بانک تجارت
۷۶	سند راهبردی بانک تجارت در سال ۹۲
۷۷	اهداف محوری بانک تجارت
۷۸	استراتژی‌های محوری بانک تجارت
۸۱	منشور اخلاقی بانک تجارت
۸۲	بخش ششم: تحقیقات پیشین
۸۹	فصل سوم: بررسی روش مطالعاتی
۹۱	روش انجام تحقیق
۹۲	از نظر هدف
۹۲	از نظر روش
۹۲	جامعه آماری و نمونه
۹۳	روش‌های گرد آوری داده‌ها
۹۴	ابزار گرد آوری اطلاعات
۹۵	روایی و پایایی
۹۵	روایی پرسشنامه
۹۶	پایایی
۹۹	روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۰۱	فصل چهارم: بررسی داده‌ها
۱۰۳	تجزیه و تحلیل و توصیف یافته‌ها
۱۰۴	توصیف پاسخ سؤال‌های اصلی مربوط به متغیر تحقیق

سخن مؤلف

در این کتاب ظرفیت سازمانی به عنوان متغیر مستقل و عملکرد مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان متغیر وابسته و دانش مشتری به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شده است.

اهداف کتاب:

- ۱- شناسایی تأثیر ظرفیت سازمانی بر دانش مشتری
 - ۲- شناسایی تأثیر ظرفیت سازمانی بر عملکرد CRM
 - ۳- شناسایی تأثیر دانش مشتری بر عملکرد CRM
- با طراحی پرسشنامه به بررسی تأثیر ظرفیت سازمانی بر عملکرد مدیریت ارتباط با مشتری می‌پردازیم بعد از جمع‌آوری داده ما به کمک روش معادلات ساختاری و با تکیه بر آمار توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل داده‌ها صورت گرفت و آزمون فرضیه‌ها انجام شد. نتایج به دست آمده:

۱- ظرفیت سازمانی بر دانش مشتری تأثیر دارد.

۲- ظرفیت سازمانی بر عملکرد CRM تأثیر دارد.

۳- دانش مشتری بر عملکرد CRM تأثیر دارد.