

تأثیر سیستم های الکترونیکی مدیریت ارتباط با مشتری (e-crm) بر کیفیت و نتایج روابط بین شرکت و مشتری سال ۹۷

این پژوهش با هدف « بررسی تأثیر سیستم های الکترونیکی مدیریت ارتباط با مشتری (e-crm) بر کیفیت و نتایج روابط بین شرکت و مشتری » انجام شده است، لذا روش تحقیق این پژوهش کاربردی، همبستگی، توصیفی و پیمایشی می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مشتریان شرکت می باشد که تعداد آن ها 102 شرکت می باشد لذا با استناد فرمول کوکران تعداد 81 نمونه به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب و به پرسش نامه پاسخ گفتند. فرضیه های پژوهش توسط مدل سازی معادلات ساختاری (

SEM

) با استفاده از نرم افزار

Smartpls

مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل ها نشان داد که سیستم های الکترونیکی مدیریت ارتباط با مشتری بر ویژگی های سرویس مبتنی بر مشتری و ابعاد آن راحتی مشتری و کانال های ارتباطی مشتری تأثیر دارد همچنین سیستم های الکترونیکی مدیریت ارتباط با مشتری بر کیفیت و نتیجه روابط بین مشتری و ابعاد آن یعنی کیفیت کلی روابط مشتری، اعتماد مشتری، رضایت مشتری، تعهد مشتری، وفاداری، حفظ مشتری و تمایل مشتری تأثیر دارد.