

مدیریت دانش مشتری

نویسنده: فلاح، محمد.

محل و سال نشر: اراک: جهاد دانشگاهی، سازمان انتشارات، واحد

استان مرکزی، ۱۳۹۹.

تعداد صفحات: ۲۷۶ص.

شماره رده بندی: ۶۵۸/۸۱۲ ف ل

موضوع:

۱. مشتری‌شناسی - مدیریت.

۲. مدیریت دانش.



دکتر محمد فلاح - دکتر حامد انوری - دکتر محمد ابراهیم صادقی

(۶۸۳۲/۱)

چکیده: مدیریت ارتباط با مشتری به طور سنتی به عنوان ابزاری برای ارتباط دادن مشتریان به شرکت توسط برنامه های مختلف معروف است، اما شاید بزرگ ترین منبع ارزش را کنار گذاشته بود: دانش موجود در مشتریان. زمانی که هر دوی مدیریت دانش و مدیریت ارتباط با مشتری برای به دست آوردن دانش مشتری متمرکز می شوند، مدیریت دانش مشتری، به عنوان یک فرآیند استراتژیک در سازمان هایی که مشتریان خود را از دریافت منفعلانه محصولات و خدمات فراتر برده و با دادن اختیار به عنوان شرکای دانش، در نظر می گیرند، ظهور می کند. به طور کلی دانش مشتری را می توان به سه دسته تقسیم نمود: دانش برای مشتری، دانش گرفته از مشتری، دانش درباره مشتری این کتاب به تشریح مباحثی که در بالا بدان اشاره کردیم پرداخته است.

این کتاب در کتابخانه مرکز اطلاع رسانی موجود است.

