

ارتباط بین سبک‌های دلبستگی مشتریان و مدیریت ارتباط با مشتریان

تالیف :

دکتر مجید رستمی بشمی

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی

عضو باشگاه پژوهش‌گران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد اسلامی

مریم حاتمی همت چشمه

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی داخلی



انتشارات موجک



سرشناسه	: رستمی بشمی، مجید، ۱۳۵۸.
عنوان و نام پدیدآور	: ارتباط بین سبک‌های دلبستگی مشتریان و مدیریت ارتباط با مشتریان / تألیف مجید رستمی بشمی، مریم حاتمی هفت چشمه.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۷۷ ص؛ وزیری، مصور، جدول، نمودار (بخشی رنگی).
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۳۰۷-۰۱-۳ : ۱۵۰۰۰۰ ریال.
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۶۷ - ۱۶۹.
موضوع	: شرکت ایرانسل
موضوع	: مدیریت - مدیریت
موضوع	: مدیریت - مدیریت - نمونه پژوهی
موضوع	: خدمات مشتری - مدیریت
رده بندی کنگره	: HF۵۰۴۱۵۵ / ۴ الف ۵ / ۴۱۵ HF
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۱۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۱۵۴۸۲۰

انتشارات موجک
تلفن مرکز پخش: ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۱۱ - ۰۹۰۱۷۶۷۲۵۰۲
Email: mojakpublication@yahoo.com
Web: www.mojak.ir



عنوان: ارتباط بین سبک‌های دلبستگی مشتریان و مدیریت ارتباط با مشتریان
تألیف: مجید رستمی بشمی، مریم حاتمی هفت چشمه
مشخصات ظاهری: ۱۷۷ صفحه، قطع وزیری
چاپ اول: زمستان ۱۳۹۴
تیراژ: ۱۰۰۰ جلد - قیمت: ۱۵۰۰۰۰ ریال
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۳۰۷-۰۱-۳
حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱.....	سخن مولف.....
۳.....	فصل اول: کلیات تحقیق.....
۳.....	۱-۱ مقدمه.....
۴.....	۲-۱ بیان مسأله.....
۶.....	۳-۱ اهمیت موضوع و ضرورت انجام تحقیق.....
۶.....	۴-۱ اهداف تحقیق.....
۷.....	۵-۱ قلمرو پژوهش (موضوعی، زمانی، مکانی).....
۸.....	۶-۱ روش تحقیق.....
۸.....	۷-۱ سوالات تحقیق.....
۹.....	۸-۱ مفاهیم تحقیق.....
۹.....	۹-۱ متغیرهای تحقیق.....
۱۰.....	۱۰-۱ تعریف متغیرهای تحقیق.....
۱۳.....	فصل دوم: مدیریت ارتباط با مشتریان.....
۱۳.....	۱-۲ مقدمه.....
۱۴.....	۲-۲ مشتری.....
۱۶.....	۳-۲ نیازها و انتظارات مشتری.....
۱۸.....	۴-۲ مشتری مداری.....
۲۲.....	۵-۲ مدیریت ارتباط با مشتری.....

۳۰	۶-۲ متدولوژی مدیریت ارتباط با مشتری
۳۲	۷-۲ مدیریت روابط مشتری الکترونیکی (ECRM) و مزایای آن
۳۵	۸-۲ ایجاد وفاداری در مشتریان
۳۶	۹-۲ استراتژی موفق تجاری
۳۷	۱۰-۲ اثرات ECRM بر کیفیت رضایت مشتریان و کارکنان
۳۸	۱۱-۲ مهمترین اهداف هزینه ای در اجرای پروژه ECRM
۳۹	۱۲-۲ پیش نیازهای نرم افزار CRM برای مشتریان
۴۲	۱۳-۲ پروژه اداره، حفظ و نگهداری از مشتری CARUSO
۴۳	۱۴-۲ استفاده سیستماتیک از ایجاد حفظ و نگهداری از مشتریان CARUSO

۴۷	فصل سوم: سبک‌های دلبستگی مشتریان
۴۷	۱-۳ مقدمه
۴۸	۲-۳ انواع سبک‌های دلبستگی
۵۱	۳-۳ سبک‌های دلبستگی و مدیریت ارتباط با مشتری

۵۳	فصل چهارم: پیشینه تحقیق
۵۳	۱-۴ مقدمه
۵۳	۲-۴ پیشینه نظری
۵۴	۳-۴ پیشینه تجربی
۵۵	۴-۴ مدل مفهومی تحقیق

۵۹	فصل پنجم: روش تحقیق
۵۹	۱-۵ مقدمه
۶۰	۲-۵ روش تحقیق

۶۲.....	۳-۵ فرضیه‌های تحقیق.....
۶۳.....	۴-۵ جامعه آماری.....
۶۳.....	۵-۵ تعیین حجم نمونه.....
۶۵.....	۶-۵ روش نمونه‌گیری.....
۶۶.....	۷-۵ روش گردآوری داده‌ها و اطلاعات.....
۶۶.....	۸-۵ ابزار گردآوری داده‌ها.....
۶۷.....	۹-۵ تعیین روایی پرسشنامه.....
۶۹.....	۱۰-۵ تعیین پایایی پرسشنامه.....
۷۰.....	۱۱-۵ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها.....

۷۳.....	فصل ششم: تجزیه و تحلیل داده‌ها.....
۷۳.....	۱-۶ مقدمه.....
۷۳.....	۲-۶ بررسی پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان به سوالات جمعیت‌شناختی.....
۷۹.....	۳-۶ بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق.....
۹۸.....	۴-۶ آزمون نرمال بودن توزیع نمره متغیرهای تحقیق.....
۱۰۱.....	۵-۶ تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای تحقیق.....
۱۴۴.....	۶-۶ تجزیه و تحلیل فرضیه‌های تحقیق.....

!

۱۵۳.....	فصل هفتم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات.....
۱۵۳.....	۱-۷ مقدمه.....
۱۵۳.....	۲-۷ نتایج حاصل از بررسی پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان به سوالات جمعیت‌شناختی.....
۱۵۶.....	۳-۷ نتایج حاصل از بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق.....
۱۵۸.....	۴-۷ نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیه‌های تحقیق.....

۵-۷ محدودیتهای تحقیق..... ۱۶۰

۶-۷ پیشنهادات..... ۱۶۱

منابع..... ۱۶۷

پرسشنامه..... ۱۷۱

چکیده لاتین..... ۱۷۷

www.ketab.ir

سخن مولف

هدف اصلی این تحقیق، ارتباط بین سبک‌های دلبستگی مشتریان و مدیریت ارتباط با مشتریان با روش تحلیل معادلات ساختاری در شرکت ایرانسل است. متغیرهای این تحقیق، سبک‌های دلبستگی مشتریان و مدیریت ارتباط با مشتریان می‌باشند که متغیر سبک‌های دلبستگی مشتریان، شامل مولفه‌های اضطراب دلبستگی، اجتناب دلبستگی و امنیت دلبستگی است و متغیر مدیریت ارتباط با مشتریان، شامل مولفه‌های رضایت، اعتماد، تعهد عاطفی، وفاداری و تمایل به نزدیکی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مشتریان شرکت ایرانسل در سطح شهر تهران می‌باشد. در این تحقیق با روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک، ۳۸۵ مشتری انتخاب شد. در این تحقیق ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته شامل ۶۹ سوال پنج گزینه‌ای بود. از این تحقیق نتیجه شد که اضطراب و اجتناب دلبستگی با تمام ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری رابطه منفی معنی‌داری دارد و امنیت دلبستگی با تمام ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری رابطه مثبت معنی‌داری دارد.

کلمات کلیدی: سبک دلبستگی مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری، اضطراب دلبستگی، اجتناب دلبستگی، امنیت دلبستگی، شرکت ایرانسل، روش تحلیل معادلات ساختاری (SEM)