



tadbirsaz.org



021-26374530



tadbirsaz_research



09915929262

تدبیرساز (ثبت: 34011)

با مجوز وزارت صمت و وزارت ارشاد

مشاوره، پژوهش، نرم افزارهای مدیریت



ایران تزدبیرساز

پرسش نامه اولویت بندی عوامل مربوط به استراتژی سازمان و خلق ارزش در زمینه مدیریت ارتباط با مشتری

سوالات پرسشی نامه :

– سوالات جمعیت شناختی :

سن : سابقه کار : جنسیت (زن یا مرد) پست فعلی در بانک
 تحصیلات : دیپلم و فوق دیپلم لیسانس فوق لیسانس دکتری و بالاتر

اولویت بندی شاخص های مربوط به عامل استراتژی سازمان و خلق ارزش:

مهمترین شاخص ها و مولفه های مربوط به عامل استراتژی سازمان و خلق ارزش در زمینه پیاده سازی CRM عبارتند از:

تدوین، اجرا و کنترل بهینه استراتژی مشتری مداری؛ حمایت از فعالیت های خیرخواهانه، وجود اهداف مشخص، ارتقاء برند و شهرت سازمان، اندازه گیری، پایش و کنترل مداوم سیستم CRM، یکپارچگی دپارتمانها و اجزای سازمان، سازماندهی متناسب

در جدول زیر این شاخص ها را با هم مقایسه فرمائید :

جدول اولویت بندی و تعیین درجه اهمیت شاخص های مربوط به عامل استراتژی سازمان و خلق ارزش

9	8	7	6	5	4	3	2	1	شاخص های مربوط به عامل استراتژی سازمان و خلق ارزش
									تدوین، اجرا و کنترل بهینه استراتژی مشتری مداری – حمایت از فعالیت های خیرخواهانه



tadbirsaz.org



021-26374530



tadbirsaz_research



09915929262

تدبیرساز (ثبت: 34011)

با مجوز وزارت صمت و وزارت ارشاد

مشاوره، پژوهش، نرم افزارهای مدیریت



ایران تزدبیرساز

										تدوین، اجرا و کنترل بهینه استراتژی مشتری مداری - وجود اهداف مشخص
										تدوین، اجرا و کنترل بهینه استراتژی مشتری مداری - ارتقاء برند و شهرت سازمان
										تدوین، اجرا و کنترل بهینه استراتژی مشتری مداری - اندازه گیری، پایش و کنترل مداوم سیستم CRM
										تدوین، اجرا و کنترل بهینه استراتژی مشتری مداری - یکپارچگی دپارتمانها و اجزای سازمان
										تدوین، اجرا و کنترل بهینه استراتژی مشتری مداری - سازماندهی متناسب
										حمایت از فعالیت های خیرخواهانه - وجود اهداف مشخص
										حمایت از فعالیت های خیرخواهانه - ارتقاء برند و شهرت سازمان
										حمایت از فعالیت های خیرخواهانه - اندازه گیری، پایش و کنترل مداوم سیستم CRM
										حمایت از فعالیت های خیرخواهانه - یکپارچگی دپارتمانها و اجزای سازمان
										حمایت از فعالیت های خیرخواهانه - سازماندهی متناسب
										وجود اهداف مشخص - ارتقاء برند و شهرت سازمان
										وجود اهداف مشخص - اندازه گیری، پایش و کنترل مداوم سیستم CRM
										وجود اهداف مشخص - یکپارچگی دپارتمانها و اجزای سازمان
										وجود اهداف مشخص - سازماندهی متناسب
										ارتقاء برند و شهرت سازمان - اندازه گیری، پایش و کنترل مداوم سیستم CRM
										ارتقاء برند و شهرت سازمان - یکپارچگی دپارتمانها و اجزای سازمان
										ارتقاء برند و شهرت سازمان - سازماندهی متناسب
										اندازه گیری، پایش و کنترل مداوم سیستم CRM - یکپارچگی دپارتمانها و اجزای سازمان
										اندازه گیری، پایش و کنترل مداوم سیستم CRM - سازماندهی متناسب
										یکپارچگی دپارتمانها و اجزای سازمان - سازماندهی متناسب