



tadbirsaz.org



021-26374530



tadbirsaz_research



09915929262

تدبیرساز (ثبت: 34011)

با مجوز وزارت صمت و وزارت ارشاد

مشاوره، پژوهش، نرم‌افزارهای مدیریت



ایران‌تدبیرساز

پرسش‌نامه اولویت‌بندی عوامل مربوط به استراتژی سازمان و خلق ارزش در زمینه مدیریت ارتباط با مشتری

سوالات پرسش‌نامه :

– سوالات جمعیت‌شناختی :

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

اولویت‌بندی شاخص‌های مربوط به عامل استراتژی سازمان و خلق ارزش:

مهمترین شاخص‌ها و مولفه‌های مربوط به عامل استراتژی سازمان و خلق ارزش در زمینه پیاده‌سازی CRM عبارتند از:

تدوین، اجرا و کنترل بهینه استراتژی مشتری‌مداری؛ حمایت از فعالیت‌های خیرخواهانه، وجود اهداف مشخص، ارتقاء برند و شهرت سازمان، اندازه‌گیری، پایش و کنترل مداوم سیستم CRM، یکپارچگی دپارتمانها و

اجزای سازمان، سازماندهی متناسب

در جدول زیر این شاخص‌ها را با هم مقایسه فرمائید :

جدول اولویت‌بندی و تعیین درجه اهمیت شاخص‌های مربوط به عامل استراتژی سازمان و خلق ارزش

9	8	7	6	5	4	3	2	1	شاخص‌های مربوط به عامل استراتژی سازمان و خلق ارزش
									تدوین، اجرا و کنترل بهینه استراتژی مشتری‌مداری - حمایت از فعالیت‌های خیرخواهانه
									تدوین، اجرا و کنترل بهینه استراتژی مشتری‌مداری - وجود اهداف مشخص



tadbirsaz.org



021-26374530



tadbirsaz_research



09915929262

تدبیرساز (ثبت: 34011)

با مجوز وزارت صمت و وزارت ارشاد

مشاوره، پژوهش، نرم‌افزارهای مدیریت



ایران‌تدبیرساز

									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