

المخلص

أفندي، محمد هاشم. عام 2004، أطروحة. عنوان: "إستراتيجية التنفيذ إدارة علاقات العملاء (MRC) في زيادة ولاء العملاء (دراسة حالة فيالشرية فندق جراند urataplaK مالانج)

المشرف: .سلامت، ES، MM، hD.P.

الكلمات الرئيسية: ولاء العملاء، إدارة علاقات العملاء

في خضم اقتصاد تنافسي كما هو عليه الآن، والشركات والمنظمات يجب أن نولي أهمية كبيرة للعملاء وزيادة التواصل مع المشتريين أفضل. مفتاح النجاح هو لمواجهة تفضيلات السوق التنافسية ولاء العملاء. ولاء العملاء يمكن أن يكون ضماناً لبقاء الشركة. سوف فندق جراند MRC الشريعة يدركون أهمية ولاء العملاء. وبالتالي، فإن إدارة الفندق تنفيذ إستراتيجية إدارة علاقات العملاء. المتوقع لتنفيذ إستراتيجيات إدارة علاقات العملاء، يمكن MRC فندق الشريعة الفوز ولاء العملاء والاستمرار في زيادة ولاء العملاء.

الغرض من هذه الدراسة هو الكشف عن تطبيق إستراتيجية إدارة علاقات العملاء التي تقوم بها فندق جراند urataplaK الشريعة وللكشف عن أثر تنفيذ إستراتيجية MRC التي تقوم بها فندق جراند urataplaK الشريعة إلى زيادة ولاء العملاء. نموذج من هذا البحث هو دراسة حالة نوعية التصميم. تم الحصول على البيانات عن طريق المقابلة والوثائق.

أظهرت النتائج أن تنفيذ إستراتيجية إدارة علاقات العملاء من خلال أربع عمليات، وتشمل: إدارة الفندق لجمع بيانات العملاء باستخدام اتصال شخصي مكتب الجبهة مع نظام قاعدة بيانات (1) العملاء استخدام الفندق لا يزال دليل اليوم، هو مصدر قلق لل وسيتم تنفيذ ذلك من خلال إدارة العديد من مراحل نظام جديد لإدارة قاعدة البيانات (2) إدارة الفندق للحصول على بيانات تتعلق بمستوى زيارات العملاء. ثم يتم تحليل البيانات للحصول على تحديد قطاعات السوق. وتركز الشركة على توزيع حركة المرور بعضاً (3) على أساس تقسيم العملاء. تحديد العملاء المستهدفين على أساس العملاء الذين اعتاد ان يأتي العملاء، وتحويل(العملاء والتفانيخدمة عضو بطاقة) لعملاء للاحتفاظا الإدارة التيقامتتها CRM لبرامج CRM. تنفيذ برامج.الدينليستمر بحة لعملاء، والتعامل مع الخفيفة التكتيكية لمركبة ارتفاعاً معكلاً للعملاء في حين يتجلى تأثير تنفيذ برنامج تحسين CRM من خلال زيادة (4) تنطوي على الشركة بأكملها الداخلي عدد. العملاء الذين يزورون الفندق في

الأشهر الثلاثة الماضية.