



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری و رابطه ی قابل توجه آن،
از طریق بررسی واکنش های مشتریان در شرکت ال جی

عنوان انگلیسی مقاله :

The effect of customer relationship management and its
significant relationship by customers' reactions in LG Company



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

7. Conclusion and results

This study tried to evaluate customers relationship management with Internet service performance, customers support performance, and marketing performance .the result was the same as the other researcher (Wu & Luwu , 2012).

In research hypothesis the significant relationship between Internet service and reaction to price was concluded .it concluded that improving Internet service in the company can improve reaction to price .in this research hypothesis, the relationship between Internet service and reaction to price was significant thus. the increase in reaction to price can improve Internet service .

Research hypothesis study illustrated the meaning full relationship between Internet service and brand development .thus, Internet service improving may increase the service quality. Research hypothesis study identified the significant relationship between customers support and reaction to price .Therefore,there is a significant

۷. نتیجه‌گیری و نتایج

پژوهش حاضر تلاش می‌کند مدیریت ارتباط با مشتریان را با عملکرد خدمات اینترنتی، عملکرد پشتیبانی مشتریان و عملکرد بازاریابی اثبات کند. نتیجه این پژوهش مشابه سایر پژوهش‌ها است. در فرضیه‌ی پژوهشی، ارتباط قابل توجه بین خدمات اینترنت و واکنش به قیمت، اثبات شد. نتیجه گرفته شد که بهبود خدمات اینترنت در شرکت، می‌تواند موجب بهبود واکنش به قیمت گردد. در این فرضیه‌ی پژوهشی، ارتباط بین خدمات اینترنتی و واکنش به قیمت، قابل توجه بود و بنابراین، افزایش سطح واکنش به قیمت باعث بهبود خدمات اینترنتی می‌شود. بررسی فرضیه پژوهشی، ارتباط کامل بین خدمات اینترنت و توسعه‌ی برند را نشان داد. بنابراین، بهبود خدمات اینترنتی موجب افزایش کیفیت خدمات می‌شود. بررسی فرضیه پژوهشی، ارتباط قابل توجه بین پشتیبانی مشتریان و واکنش به قیمت را نشان می‌دهد. بنابراین ارتباط قابل توجهی بین پشتیبانی مشتریان و واکنش به قیمت وجود دارد. بنابراین، بهبود پشتیبانی مشتریان شرکت و مشتری‌مداری، موجب افزایش واکنش به قیمت خواهد گردید.



توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه می‌باشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.