



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

همترازی بین مدیریت ارتباط با مشتری و  
استراتژی IT : یک مدل تحقیقاتی پیشنهادی

عنوان انگلیسی مقاله :

THE ALIGNMENT BETWEEN CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT AND IT STRATEGY: A PROPOSED RESEARCH MODEL



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

### LIMITATIONS AND RESEARCH PERSPECTIVES

The objective of this paper is to propose a research model about the links between the Customer Relationship Management strategy adopted by the firm, the technological deployment and their impact on the organizational performance. However, this model has some limitations. Indeed, other components could have an impact on the performance. The concept of alignment or fit developed by Venkatraman is larger than the one we addressed in this research.

This model has now to be tested. A questionnaire will be sent to Chief Executive Officer or Chief Information Officer of French firms. It is important to have firms of different sizes and activities in our sample.

Variables have been translated into items from existing scales or especially built for this research. We focused on the perception of the respondent about CRM strategy, IT Strategy and performance.

محدودیت ها و رویکردهای تحقیق:

هدف این مقاله، ارائه یک مدل تحقیقاتی در مورد پیوند بین راهبرد مدیریت روابط با مشتری که از رف شرکت اتخاذ شده، توسعه فناوری و تأثیر آنها روی عملکرد سازمانی می باشد. با اینحال این مدل دارای برخی محدودیت هایی می باشد. همچنین سایر مولفه ها نیز می توانند روی عملکرد سازمانی تاثیرگذار باشند. مفهوم همترازی یا شایستگی که توسط ونکاتراما مطرح شده است، وسیع تر و کلی تر از مفهومی است که ما در این تحقیق به آن پرداخته ایم.

حال این مدل باید مورد آزمایش قرار گیرد. یک پرسشنامه به مدیر اجرایی و مدیر اطلاعاتی شرکت های فرانسوی فرستاده خواهد شد. در نمونه های تحقیق کنونی، داشتن شرکتها با اندازه و فعالیت های متفاوت حائز اهمیت است.

براساس مقیاس های موجود و بخصوص مقیاس هایی که برای این تحقیق طرح شده اند، متغیرها بصورت آیتم هایی درآمدند. ما در رابطه با راهبرد CRM، راهبرد IT و عملکرد، به درک خواسته های مشتریان توجه داشته ایم.



### 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.