



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

سهم CRM ها در توانایی تقسیم بازار: مطالعه موردی گروه VIPs

عنوان انگلیسی مقاله :

The contribution of CRMs to the ability of market
segmentation: The case of the VIPS group



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

5. Conclusions

After the analysis of the case presented and the review of the literature, the following conclusions are offered:
Considering the information provided in the interviews, the main factors that have been considered having a positive impact in the final information system are:

- The aggregation of the CRM that has enabled the creation of a CLUB VIPS: the brand has increased its recognition. Besides the club is a source of information since it was born to feed the system.
- To be closer to customers' expectations: The CRM can help performing a more personalized management to customers, in such a way that they feel that they are part not only of the company, but of the distinguished club plenty of advantages.
- To centralize the information related to customers and be able to obtain information of consumption. It can help them go wherever they want to be driven to and by properly using the CRM system the firm can make decisions on the available information from customers, where they buy, what they buy, about the timetables, etc.

نتایج

پس از تحلیل نمونه ارائه شده و مرور تاریخچه، نتایج زیر پیشنهاد شد:
با توجه به اطلاعات ارائه شده در مصاحبه‌ها، فاکتورهای اصلی که تأثیری مثبت بر سیستم اطلاعات نهایی داشت در زیر آمده است:

اجماع CRM به باشگاه CRM منجر شده است: این برند توان شناسایی آن را افزایش داده است. علاوه بر این، باشگاه منبع اطلاعات است و برای تغذیه سیستم به وجود آمده است.
نزدیک‌تر بودن انتظارات مشتریان: CRM می‌تواند به انجام مدیریتی شخصی‌تر نسبت به مشتریان کمک کند، در چنین روشی آنها احساس می‌کنند که نه تنها بخشی از شرکت هستند، بلکه جزو مزایای باشگاه‌های متمایز نیز هستند.
برای متمرکز کردن اطلاعات مربوط به مشتریان و دستیابی به اطلاعات مصرف. این مورد می‌تواند به آنها کمک می‌کند تا با استفاده صحیح از سیستم CRM، هر جا که می‌خواهند بروند، استفاده صحیح از سیستم CRM در شرکت‌ها می‌تواند به تصمیم‌گیری برای اطلاعات موجود از مشتریان کمک کند، اطلاعات موجود از مشتریان شامل این موارد می‌تواند باشد: کجا خرید می‌کنند، چه چیزی می‌خرند، در مورد جدول زمانی و غیره.



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.