



مدیریت دانش مشتری تقریباً یک دهه است که از موضوعات مهم روز است. اگرچه مدیران و شرکت‌ها کاملاً به ارزش بالای مدیریت دانش آگاه هستند، ولیکن تاکنون فعالیت‌های خود را بیشتر بر مهارت‌های سخت و کمتر بر مهارت‌های نرم مورد نیاز برای رویارویی با دانش مشتریان متمرکز کرده‌اند. در عصر تحولات سریع بازار و رقابت شدید در بازار مشتری‌مداری به عامل اصلی موفقیت یا شکست شرکت‌ها تبدیل شده است.

این کتاب، نتایج حاصل از نظرسنجی انجام شده با حدود ۳۰۰ پاسخ‌دهنده است. از شرکت کنندگان در این نظرسنجی خواسته شده تا نظرات خود را در مورد مهارت‌های نرم شخصی، مهارت‌های نرم سازمانی، فرار و جذب نخبگان ارائه دهند. نتایج حاصل از این نظرسنجی نشان می‌دهد که میزان توسعه مهارت‌های نرم انحراف قابل توجهی با توجه به ویژگی‌های شرکت‌های مختلف مانند صنعت، کسب و کار و اندازه از حالت عادی دارد. همچنین به نظر می‌رسد که مهارت‌های نرم شخصی بیشتر از مهارت‌های نرم سازمانی پیشرفت کرده است. از این گذشته، جای نگرانی است که شرکت‌ها هنوز هم در پیاده‌سازی استراتژی‌های مؤثر در برابر از دست دادن دانش و نتایج مؤثر بر کسب و کارشان شکست می‌خورند.

به‌طور کلی، هدف از این کتاب شناسایی مهارت‌های نرم مورد نیاز فرایند مدیریت دانش مشتری و تجزیه و تحلیل ماهیت و اهمیت آنها است. این کتاب نه تنها دید گسترده‌ای در خصوص مهارت‌های نرم شخصی و سازمانی فراهم می‌کند بلکه اهمیت آنها را برای مدیریت دانش مشتری عملی با اتصال این مهارت‌های نرم به مشتری‌مداری نشان می‌دهد. کتاب حاضر در پنج فصل و ۱۸۸ صفحه به رشته تحریر در آمده است.

مترجمان:

دکتر مجتبی نادی

دکتر مریم توکلی گلپایگانی

ناشر:

پژوهشکده بیمه

سال نشر:

۱۴۰۱

شابک:

۹۷۸۶۲۲۶۸۱۴۸۳۶