

## بررسی مروری مدیریت ارتباط با مشتری در بیمارستان ها

### حسن ابوالقاسم گرگی<sup>۱</sup>، ملیحه قناعت جو<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> عضو هیأت علمی و مدیر گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ایران، نویسنده مسئول

<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ایران

#### چکیده

سازمان ها باید به مشتریان خود در کمترین زمان، با بهترین کیفیت و کمترین هزینه پاسخگو باشند و خدمات ارائه دهند. سازمان های بهداشتی و درمانی به مانند دیگر صنایع نیازمند سیستم مدیریت ارتباط با مشتری با استانداردهای بالا می باشند. سیستم های مدیریت ارتباط با مشتری بیمارستانی کمک می کند تا عملکردهای بیمارستان ها با بازده بیشتری اجرا شود. هدف پژوهش حاضر بررسی مروری مدیریت ارتباط با مشتری در بیمارستان می باشد. روش پژوهش حاضر مطالعه مروری است که با بررسی منابع، پایان نامه ها، مقالات و سخنرانی انجام شده است. عوامل موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری در ۴ حیطه بررسی شد و با توجه به مطالعات صورت گرفته شاخص های مدیریت ارتباط با مشتری در بیمارستان ها در ۶ حیطه اصلی مشخص گردید و کاربردهای مدیریت ارتباط با مشتری در بیمارستان ها تعیین شد. خدمت رسانی امروز؛ شیوه های نو، بازاریابی و مشتری مداری موثر، ارائه تکنولوژی های نو، سرویس دهی و خدمات مورد نظر مشتری را می طلبد که هر کدام از مراکز درمانی که در این امور موفق تر عمل کند، در بازار رقابتی موجب جذب منابع بالا و ماندگاری منابع و در نتیجه دوام و بقای دائمی آن مرکز با بهره وری بالا خواهد شد. سیستم بهداشتی و ارائه خدمت در بیمارستان ها باید خدمات مورد نیاز جامعه کنونی کشور را متناسب با ساختار جهانی عرضه نماید. بیماران به عنوان مشتری و گیرندگان خدمت، از بیمارستان ها ارائه خدمات سریع همراه با اخلاق حسنه می خواهند و بهترین تبلیغ، همان عملکرد خوب در زمان خدمت خواهی افراد و خدمت دهی کادر بیمارستان است.

**واژه های کلیدی:** مدیریت ارتباط با مشتری، بیمارستان، بیماران، مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی.

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۴، شماره ۱/۱، بهار ۱۳۹۷، صفحات ۶۹-۵۶