

عنوان مقاله:

شناسایی و تبیین عوامل موفقیت در پیاده سازی استراتژی رخنه در رشد (مورد مطالعه: شرکت های نوپدید استان لرستان)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، دوره 7، شماره 4 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

اکبر خدابخشی - عضو هیئت علمی، گروه اقتصاد، دانشگاه بوعلی، همدان، ایران.

محمد جعفری - عضو هیئت علمی، گروه اقتصاد، دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران.

علی شریعت نژاد - دکترای مدیریت، دانشگاه لرستان، خرم آباد، ایران

سیده نسیم موسوی - کارشناس ارشد، مدیریت بازرگانی، تجارت الکترونیک، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران.

خلاصه مقاله:

شرکت های نوپدید از آنجا که از نقدینگی و سرمایه بالا برخوردار نیستند، برای بقا و موفقیت در بازارهای رقابتی باید از روش هایی استفاده کنند که ضمن دستیابی به هزینه های پایین، بالاترین اثربخشی را در جذب و جلب مشتریان داشته باشند. این روش ها در ادبیات بازاریابی، تحت عنوان بازاریابی رخنه در رشد شناخته می شوند. پژوهش حاضر باهدف شناسایی و تبیین عوامل کلیدی موفقیت در پیاده سازی استراتژی رخنه در رشد انجام پذیرفت. در این پژوهش، برای جمع آوری اطلاعات در بخش کیفی از مصاحبه و در بخش کمی از پرسشنامه استفاده شد که داده های کیفی با نرم افزار اتلس تی و روش کدگذاری و داده های کمی با روش دلفی فازی تحلیل گردید. یافته های پژوهش در بخش کیفی، مبین شناسایی بیست عامل به عنوان عوامل موفقیت در پیاده سازی استراتژی رخنه در رشد و یافته های کمی، شامل اولویت بندی این عوامل بود. بدین ترتیب، نتایج پژوهش نشان داد که مهم ترین عوامل موفقیت در پیاده سازی استراتژی رخنه در رشد در شرکت های نوپدید، مهارت های شناختی شالوده شکن، تسلط هم زمان بر بازاریابی و برنامه نویسی، تسلط بر بازاریابی الکترونیکی و بازاریابی محتوا و بازاریابی از طریق افراد مشهور و اثرگذار است.

کلمات کلیدی:

استراتژی رخنه در رشد، شرکت های نوپدید، بازاریابی الکترونیکی، روش دلفی فازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1023870>

