

عنوان مقاله:

تاثیر استراتژی های فروش بر عملکرد فروش در سطح سازمانی و نیروی فروش (مورد مطالعه: مدیران شرکت پاناسونیک)

محل انتشار:

همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

راضیه السادات حسینی خالدي - مدیریت اجرایی، گرایش MBA، دانشگاه آزاد واحد آیت الله آملی، آمل، ایران

هادی منصوری کاسوایی - مدیریت بازرگانی، گرایش بازرگانی داخلی، دانشگاه آزاد واحد زنجان، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی از لحاظ روش توصیفی - تحلیلی با استفاده از ابزار پرسشنامه می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران شرکت پاناسونیک می باشند که با استفاده از فرمول کوکران 384 نفر به عنوان نمونه، به صورت تصادفی انتخاب شدند و پرسشنامه بین آنها توزیع شد. روایی سوالات پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان مورد تایید قرار گرفت، پایایی آن نیز با آزمون آلفای کرونباخ 0,87 محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه از نرم افزار SPSS استفاده شده است. با توجه به غیر نرمال بودن داده های پرسشنامه، برای بررسی فرضیه های تحقیق از آزمون ناپارامتریک اسپیرمن استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها با آزمون ناپارامتریک اسپیرمن برای سطح معناداری بیانگر این بود، که رابطه همبستگی بین متغیرهای مشتری مداری فروش و افزایش عملکرد فروش با ضریب 0,769، فروش مبتنی بر ارزش فروش و عملکرد فروش با ضریب 0,804، تقسیم بندی مشتری ثابت و افزایش عملکرد با ضریب 0,671، اولویت بندی دقیق مشتری و عملکرد فروش با ضریب 0,734، مدل های فروش شرکت و عملکرد فروش با ضریب 0,836 با سطح معناداری کمتر از 0/05 با سطح اطمینان 95 درصد مورد قبول واقع شد.

کلمات کلیدی:

استراتژی فروش، عملکرد فروش، شرکت پاناسونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1044801>

