

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تاکتیک های پیشبرد فروش بر عملکرد فرانقشی فروشندگان خرده فروشی برند مولفیکس اصفهان

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی علوم انسانی، اجتماعی و سبک زندگی (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

صحرا حاتمی نادرلو - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشگاه غیرانتفاعی هشت بهشت اصفهان

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف تعیین ارتباط بین تاکتیکهای پیشبرد فروش (پیشبرد کشش، پیشبرد فشار و فروش شخصی) با عملکرد فرانقشی کارکنان فروشگاه های خرده فروشی اصفهان انجام شده است. روش پژوهش از نوع تحقیقات توصیفی-همبستگی است که به شکل میدانی انجام شده است. جامعه آماری تعداد 350 فروشگاه خرده فروشی برند مولفیکس در استان اصفهان در سال 1399 است که تعداد نمونه با به کارگیری فرمول حجم نمونه گیری کوکران 183 فروشگاه خرده فروشی برآورد شد. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه است. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها به تایید اساتید متخصص مدیریت بازرگانی و مدیران فروش برند مولفیکس رسید و پایایی درونی پرسشنامه های تاکتیک های پیشبرد فروش و عملکرد فرانقشی فروشندگان با استفاده از آلفای کرونباخ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار Spss برای نرمالیتی داده ها و از نرم افزار PIs برای آزمون فرضیه ها استفاده شد و نتایج به دست آمده نشان داد که بین تاکتیکهای پیشبرد فروش (پیشبرد کشش، پیشبرد فشار و فروش شخصی) و عملکرد فرانقشی فروشندگان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

تاکتیک های پیشبرد فروش، پیشبرد کششی، پیشبرد فشار، فروش شخصی، عملکرد فرانقشی، فروشندگان خرده فروشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1147474>

