

عنوان مقاله:

بررسی اثرگذاری عوامل بر روی میزان فروش محصولات لبنی (مطالعه موردی: نمایندگی های شرکت پاک تهران)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی کارآفرینی و مهندسی صنایع (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

ملیکا شیرزادی - عضو هیئت علمی دانشگاه علوم تحقیقات تهران گروه مهندسی صنایع دانشکده فنی مهندسی

امیر عزیزی - عضو هیئت علمی دانشگاه علوم تحقیقات تهران گروه مهندسی صنایع دانشکده فنی مهندسی

خلاصه مقاله:

شرکت پاک به عنوان یکی از مهم ترین شرکت های تولید و توزیع محصولات لبنی در کشور مطرح است و هر ساله محصولات متنوعی تولید و حتی به خارج از کشور صادر میکند لذا بررسی عوامل موثر بر ارتقاء سطح فروش محصولات لبنی این شرکت از اهمیت زیادی برخوردار است هدف این مطالعه شناسایی عوامل موثر بر ارتقاء سطح فروش محصولات لبنی در نمایندگی های شرکت پاک در شهر تهران از طریق تبلیغات تلویزیونی است به این منظور ۳۰ نفر از میان مصرف کنندگان، مدیران و کارشناسان بازاریابی محصولات لبنی شرکت پاک در نمایندگی ها و فروشگاه های زنجیره ای رفاه شهر تهران انتخاب شده اند و پرسشنامه محقق ساخته را تکمیل کردند نتایج تحلیل داده ها نشان داد تبلیغات تلویزیونی از طریق معرفی محصولات، ایجاد مشوق ها، نمایش کیفیت محصول، ایجاد تنوع در محصولات و معرفی تجربیات دیگران می تواند موجب افزایش سطح فروش محصولات لبنی شود و بین تاثیرگذاری هر یک از این مولفه های تبلیغات تلویزیونی و ارتقاء فروش محصولات لبنی شرکت پاک در شهر تهران همبستگی معناداری وجود دارد پیشنهاد شده است برای افزایش فروش محصولات پاک در شهر تهران از هر یک از این شیوه های تبلیغاتی از جمله تبلیغات تلویزیونی استفاده شود.

کلمات کلیدی:

تبلیغات تلویزیونی، ارتقا فروش، محصولات لبنی، شرکت پاک، کلان شهر.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1302605>

