

عنوان مقاله:

مزایای افزایش درک مصرف کننده از آزمایش تولید سفارش انبوه و قابلیت های تنظیم فروش

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، علوم انسانی و رفتاری در ایران و جهان اسلام (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

سعید لندران اصفهانی - عضو هیئت علمی استادیار دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش رفتار سازمانی منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه اصفهان ایران

محمد معین رجبی سیاهبومی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی مبارکه اصفهان ایران

مصطفی طالبی برام - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی مبارکه اصفهان ایران

خلاصه مقاله:

تجربه به مصرفکننده از سفارش یک محصول با تنظیم فروش می تواند منبعی از مزایای تجربی مشتری باشد، که بالاتر و فراتر از فروش سنتی، در نظر گرفته شده ی محصول مذکور است که متناسب ترین روش با نیازهای ویژه ی مصرف کننده است. اگرچه این چنین مزایای تجربی توسط مطالعات قبلی به عنوان افزایش تمایل مشتری جهت پرداخت برای سفارشی سازی انبوه محصولات تشخیص داده شده بود، تحقیق بر روی ویژگی های تنظیم فروش باید افزایش چنین مزایای را داشته باشد که هنوز در مراحل ابتدایی خود می باشد. در این نوشتار دونهونه از این مزایا (برای مثال مزیت خوش باوری و موفقیت خلاق) به عنوان افزایش گسترش تنظیم فروش، حدود محصول کارپسند، مقایسه آسان و ارتباطات کم هزینه، پس از آن با انالیز ۶۷۵ آزمایش خود سفارشی که توسط ۷۵ دانشجوی مهندسی در ۳۰ پیکربندی مبتنی بر وب واقعی از کالاهای مصرفی ساخته شده بود. حمایت تجربی برای تمامی روابط فرضیه ها را پیدا کردیم.

کلمات کلیدی:

سفارشی سازی انبوه، گسترش محصولات، محصولات خود سفارشی سازی، ارزش محصولات قابل فروش، گسترش تنظیم فروش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1385783>

