

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر به کارگیری دانش مشتری و استراتژی های بازاریابی خدمات بر عملکرد بازاریابی در کلینیک های پزشکی خصوصی اصفهان

محل انتشار:

نشریه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، دوره 6، شماره 5 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

آرش دهدار - دانشجو کارشناسی ارشد مدیریت

خلاصه مقاله:

محیط کسب و کار امروز بسیار پیچیده و پویا بوده و این امر زمانی پیچیده تر خواهد شد که رکود اقتصادی نیز بر شرایط اقتصادی کشور حاکم و بخش های تولیدی و خدماتی را فراگرفته باشد. در چنین شرایطی که شرکت ها با رکود نیز همراه هستند، اتخاذ استراتژی های بازاریابی به عنوان فرآیندی که به شرکت اجازه می دهد تا با تمرکز منابع بر روی فرصت های بهینه به اهداف افزایش فروش و مزیت رقابتی پایدار دست باید کارساز بوده و می تواند شرکت ها را در بهبود مستمر عملکردشان یاری رسانده و با شرایط پویای بازار رقابتی همگام نماید. پژوهش حاضر به بررسی تاثیر به کارگیری دانش مشتری و استراتژی های بازاریابی خدمات بر عملکرد بازاریابی در کلینیک های پزشکی خصوصی اصفهان پرداخته است. اطلاعات موردنیاز از طریق پرسشنامه جمع آوری شده است. روایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۵ می باشد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و آزمون فرضیه ها از روش مدل سازی معادلات ساختاری و نرم افزار LISREL استفاده شده است و با طیف پنج درجه ای لیکرت مولفه های پژوهش را می سنجد. این پژوهش از نوع کاربردی و با شیوه توصیفی و با روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش را مشتریان کلینیک های پزشکی خصوصی شهر اصفهان در بهار سال ۱۴۰۰ تشکیل داده اند. روش نمونه گیری در این پژوهش از نوع تصادفی در دسترس است. نتایج تحقیق نشان داد که دانش مشتری بر استراتژی بازاریابی تاثیر دارد؛ استراتژی بازاریابی بر عملکرد بازاریابی تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

دانش مشتری، استراتژی بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1524914>

