

## عنوان مقاله:

تاثیر بازاریابی محصولات صنعتی بر قصد خرید مصرف کنندهمورد مطالعه : صنعت فولاد

## محل انتشار:

هفتمین همایش ملی پژوهش های نوین در مدیریت ، اقتصاد و حسابداری ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسنده:

به‌رنگ زراسوند - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی ، دانشگاه آزاد واحد نجف آباد

## خلاصه مقاله:

در بازاریابی صنعتی به دلیل اندک بودن تعداد مشتریان رقابت شدید است. بنابراین اهمیت بازاریابی در صنعت فولاد کشور که یک صنعت مادر بوده و صنایع پائین دست زیادی به آن وابستگی دارد، بسیار زیاد است. در این تحقیق بازاریابی صنعت فولاد کشور شناسایی و مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج بدست آمده نشان می دهد که عملکرد شرکت های کشور در عناصر محصول، قیمت، توزیع و ترفیع به صورت معنی دار پائینتر از ناحیه قوت قرار دارد و عنصر محصول در میان عناصر آمیخته بازاریابی عملکرد بالاتری دارد. عملکرد روابط عمومی در مقایسه با فروش شخصی در آمیخته ترفیع به صورت معنی دار بالاتر است. همچنین نتایج فرضیه ها حاکی از آن است همه فرضیه ها تاثیر مستقیمی بر قصد خرید مصرف کننده در بازاریابی صنعتی دارند.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی، محصولات صنعتی، قصد خرید مصرف کننده صنعت فولاد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1553247>

