

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل اثرگذار بر تکرار خرید کالاهای تند مصرف

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس ملی مطالعات مدیریت و اقتصاد در علوم انسانی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 40

نویسندگان:

سعید بلالی - کارشناس ارشد، مدیریت کسب و کار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دولت آباد، اصفهان، ایران

محمود لطفی - دکتری تخصصی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دولت آباد، اصفهان، ایران

محمدرضا میراحمدی - دکتری تخصصی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دولت آباد، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

سود در کسب و کار از مشتریانی حاصل میشود که خرید را تکرار میکنند، مشتریانی که از محصولات یا خدمات رضایت داشته باشند و دوستان را با خود همراه میکنند. مشتریانی که خریدهای تکراری را انجام میدهند هزینه های شرکت را برای بازاریابی و تبلیغات کاهش میدهند. با مشتریان تکراری، شخص به راحتی میتواند برای هر محصول یا خدمات جدید پیشنهادات خود را اضافه کرد، به این دلیل که مشتریان تکرار شده با آنچه که از شخص تا کنون دریافت کرده اند، خوشحال هستند. در ساده ترین تعریف، کالاهای تند مصرف را کالاهایی میدانند که با سرعت بیشتری فروخته میشوند و قیمت فروش آنها نسبتا پایین است. نوشیدنی ها، مواد شوینده، مکمل های غذایی و سایر محصولات که در داروخانه ها بدون نسخه عرضه میشوند، برخی از اسباب بازیها و محصولات غذایی بسیاری از رستورانها، نمونه هایی از کالاهای تندمصرف هستند. در این پژوهش به شناسایی عوامل اثرگذار بر تکرار خرید کالاهای تند مصرف پرداخته می شود.

کلمات کلیدی:

تکرار خرید، کالاهای تند مصرف، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1797777>

