

عنوان مقاله:

ارائه چارچوبی برای شایستگی مدیران فروش شرکت بیمه البرز

محل انتشار:

دوماهنامه بررسی های بازرگانی، دوره 21، شماره 123 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

آرزو همتی - کارشناس ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران

حسین معینی - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران

رسول عباسی - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران

خلاصه مقاله:

فروش از اساسی ترین فرایندهای شرکت ها است. هدف پژوهش حاضر، شناسایی ابعاد و شاخص های اصلی مورد نیاز مدیران فروش و اولویت بندی آن ها می باشد که در نهایت، چارچوبی برای شایستگی مدیران فروش ارائه می نماید. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و توصیفی است. پژوهش مورد نظر دو مرحله ای می باشد در مرحله اول با مرور نظام مند پژوهش های پیشین، ابعاد و شاخص های مرتبط با شایستگی های مدیران فروش استخراج شد. سپس در مرحله بعد از طریق دو پرسشنامه با استفاده از طیف لیکرت و همچنین مقایسات زوجی (فرایند تحلیل شبکه فازی (AHP) ابعاد و شاخص های آن با نظرخواهی از ۵۰ مدیر فروش، وزن دهی و اولویت بندی گردید. در این پژوهش، شش بعد شایستگی شناسایی شد که عبارتند از: عملکرد ارتباطی، توسعه ارتباط، مدیریت محصول، نقش های رهبری، شایستگی حرفه ای و مدیریت قیمت. همچنین در ذیل هر کدام از ابعاد، چهار شاخص شناسایی شد. از این پژوهش می توان نتیجه گرفت که عملکرد ارتباطی از نظر مدیران فروش، مهم ترین شاخص شایستگی فروش شناخته می شود و به ترتیب توسعه ارتباط، مدیریت محصول، نقش های رهبری، شایستگی حرفه ای و مدیریت قیمت در اولویت های بعدی هستند. همچنین نتایج نشان داد که از ۲۴ شاخص به دست آمده، بهبود رضایت مشتری از نظر مدیران فروش، مهم ترین شاخص شایستگی فروش شناخته شده است و محاسبه ی هزینه محصول، کم اهمیت ترین شاخص شناسایی شده است.

کلمات کلیدی:

شایستگی / الگوی شایستگی / مدیران فروش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1952123>

