

## عنوان مقاله:

اولویت بندی عناصر آمیخته ترفیع محصولات لبنی در کارخانه صنایع شیر خمسه زنجان با استفاده از تکنیک AHP

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی مهندسی صنایع و سیستم ها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

صغورا فرشیدفر - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع گرایش مدیریت سیستم و بهروری دانشگاه صنعتی مالک اشتر اصفهان

سهیلا عبداللهی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع گرایش مدیریت سیستم و بهروری دانشگاه صنعتی مالک اشتر اصفهان

سیداکبر نیلی پورطباطبائی - استادیار دانشکده مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی مالک اشتر اصفهان

## خلاصه مقاله:

علم بازاریابی در روند رشد خود شاهد تحولات گسترده ای بوده است. امروزه شرکت ها در تلاشند با استعانت از دو عامل رضایت مندی مشتری و سودآوری بیشتر باتکیه بر تحقیقات بازار و درک نیاز های مشتری در دنیای مملو از رقابت کنونی به حیات خود ادامه دهند. در این راستا یکی از راه های نایل شدن به اهداف فوق، بررسی و تجزیه و تحلیل مفهوم آمیخته ترفیع در هر کسب و کار می باشد. بازاریابی و فروش محصولات لبنی در مقایسه با محصولات دیگر، پیچیدگیها و مشکلات بیشتری دارد، لذا به کارگیری ترکیب مناسب از آمیخته ترفیع برای محصولات لبنی می تواند تمایل به خرید را در مشتری ایجاد کند. هدف این تحقیق بررسی عناصر آمیخته ترفیع نسبت به محصولات لبنی با استفاده از روش AHP است. از میان 11 ابزار ترفیعی متناسب با محصولات لبنی - که به عنوان گزینه انتخاب شدند - بانظر خواهی از گروه های مختلف در کارخانه شیر خمسه زنجان با برند کتله خور، موثرترین روش ترفیع جهت ایجاد آگاهی، فروش حضوری و جهت ایجاد علاقه و تمایل و سوق دادن مشتریان بالقوه به خرید تبلیغات تلویزیونی دانسته شد

## کلمات کلیدی:

آمیخته ترفیع، بازاریابی، محصولات لبنی /AHP/ کارخانه صنایع شیر خمسه زنجان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/251327>

