سیویلیکا - ناشر تخصصی مقالات کنفرانس ها و ژورنال ها
گواهی ثبت مقاله در سیویلیکا
CIVILICA.com

عنوان مقاله:
طبقه بندی شرکتها بر اساس استراتژی های بازاریابی سبز

محل انتشار:
کنفرانس بین المللی و آنلاین اقتصاد سبز (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:
مجید اسماعیل پور - *استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر*

ابراهیم فخرایی - *دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات بوشهر*

خلاصه مقاله:
دنیای مدرن موجب افزایش آلودگی ها و مشکلات زیست محیطی و در نتیجه افزایش نگرانی مردم در رابطه با محیط زیست شده است.این نگرانی ها شروع به خودنمایی در الگوهای خرید آن ها کرده و موجب به وجود آمدن گروه جدیدی از مصرف کنندگان با عنوان مصرف کنندگان سبز شده است. برای بازاریابی موثر محصولات سبز، بازاریابان نیازمند تقسیم بندی مصرف کنندگان سبز به بخش هایی با ویژگی های مشابه و استفاده از آمیخته بازاریابی سبز متمایز برای هر بخش هدف هستند. هدف از این پژوهش آشنا ساختن مدیران شرکتها به فعالیت های بازاریابی سبز و چگونگی تدوین استراتژی های بازاریابی سبز می باشد. در این مقاله هر یک از اجزای کلیدی آمیخته بازاریابی سبز به صورت جداگانه شرح داده شده و در زمینه به کارگیری هر یک، توصیه های کاربردی برای بازاریابان محصولات سبز ارائه شده است. سپس با توجه به پژوهش های تجربی پیشین به مرور ویژگی های مصرف کنندگان سبز و بخش های سبز موجود در بازار پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:
بازاریابی سبز، مصرف کننده سبز، آمیخته بازاریابی سبز، استراتژی های بازاریابی سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:
https://civilica.com/doc/278636