

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط ابزارهای پیشبرد فروش و رفتار خرید ناگهانی (مطالعه موردی: فروشگاه های زنجیره ای بزرگ در شهر اصفهان)

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی توسعه و تعالی کسب و کار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

زینب میرزایی - دانشجوی دکتری تخصصی در رشته مدیریت بازرگانی-بازاریابی، دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد و عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان

نادره السادات نجفی زاده - دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

خلاصه مقاله:

در این تحقیق به بررسی ارتباط برخی از ابزارهای پیشبرد فروش (تخفیف قیمت، کوپن، برگه های تخفیف) نمونه رایگان ، بسته جایزه و نمایش در فروشگاه (و رفتار خرید ناگهانی پرداخته ایم . همچنین ابزارهای پیشبرد فروش به عنوان فرضیه اصلی نیز مورد بررسی قرار گرفت. هدف از انجام این پژوهش بررسی اجزای آمیخته ترفیع و به خصوص ابزارهای پیشبرد فروش بر رفتار خرید ناگهانی است تا با ارائه آن ، بتوان گامی در جهت افزایش فروش و در پی آن افزایش سود، برداشت. برای این منظور از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. روش تحقیق از نظر هدف ، کاربردی و از نظر شیوه انجام پژوهش و گرد آوری اطلاعات ، همبستگی می باشد . برای تجزیه و تحلیل داده ها در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است و جامعه این پژوهش مشتریان فروشگاه های زنجیره ای بزرگ شهر اصفهان می باشند . تعداد 380 پرسشنامه قابل استفاده به دست آمد که از طریق نرم افزار SPSS و ضریب همبستگی به بررسی رابطه بین متغیرها و آزمون فرضیات پرداختیم . نتایج به دست آمده بیانگر این است که تخفیف قیمت و نمایش در فروشگاه بیشترین ارتباط را با خرید ناگهانی دارد و بسته جایزه و نمونه رایگان ارتباط کمتری را با خرید ناگهانی داشته است. همچنین هیچ گونه ارتباطی بین کوپن و خرید ناگهانی به اثبات نرسید . بنابراین با توجه به عمر محصولات و همچنین اهمیت خرید ناگهانی برای خرده فروشان ، می توان از این ابزارها برای پیشبرد فروش استفاده کرد.

کلمات کلیدی:

پیشبرد فروش، ابزارهای پیشبرد فروش، خرید ناگهانی، کوپن، تخفیف قیمت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/330755>

