

عنوان مقاله:

تاثیر استراتژی بازاریابی مبتنی بر هوش رقابتی بر عملکرد شرکتها

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

امیرحسین حلاجیان اصفهانی - دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی، دانشگاه محقق اردبیلی

هادیه فتحی - دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی، دانشگاه محقق اردبیلی

خلاصه مقاله:

در دنیای امروزی رقابت که در میان تمامی شرکتها می باشد زمینه ساز به وجود آمدن یک سری رخدادهای خوب و بد است که در این میان شرکت هایی که اطلاعات دقیق را بدست آورده اند و آن را به درستی استفاده کرده اند بر سایر رقبا پیشی گرفته اند. نحوه بدست آوردن اطلاعات جهت رقابت شرکتها با یکدیگر بسیار مهم و نحوه استفاده از آن مهمتر است. بنابر این با توجه به بوجود آمدن رقابت میان شرکت های مختلف جهت فروش بیشتر و ایجاد مشتری وفادار، با هوش رقابتی میتواند تاثیر بسزایی در نحوه طرحریزی استراتژی بازاریابی و از طرف دیگر در عملکرد بهتر شرکت در تمامی زمینه ها داشته باشد. این مقاله سعی در شناساندن استراتژی بازاریابی با توجه به هوش رقابتی برای شرکتها داشته و به صورت مطالعه موردی جمع آوری شده است

کلمات کلیدی:

هوش رقابتی؛ استراتژی بازاریابی؛ عملکرد شرکتها؛ ارتباط با مشتری CRM

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/500152>

