

عنوان مقاله:

بررسی نقش ارزش در کسب و کار و بازاریابی صنعتی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه اقتصادی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

زهرا اسکندری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-بازاریابی دانشگاه تهران، پردیس فارابی

خلاصه مقاله:

اجرای استراتژی های بازاریابی بهتر در صنعت، نقش مهمی در افزایش فروش ها و سودآوری عرضه کنندگان بخش صنعتی ایفا می کند. درک ضعف هر قسمت از زنجیره عرضه به کاهش هزینه های مختلف و افزایش سودآوری کمک می کند. ایجاد ارزش برای بقای هر شرکتی بسیار مهم خواهد بود به ویژه هنگامی که تغییرات چشمگیر منجر به تغییرات اساسی در فعالیت های شرکت می شود و موجبات بهبود عملکرد شرکت و فعالیت موثر و کارا در بازار هدف را به معنای واقعی میسر می کند که این مهم به نوبه خود شرایط جذب مشتری خاص مخصوص این نوع از بازار ها را فراهم می کند. آنچه در نوشتار حاضر به طور اخص بدان پرداخته می شود بررسی نقش واژه ارزش در بازاریابی صنعتی و کسب و کار است. این مقاله می کوشد با استفاده از روش کتابخانه ای ضمن بیان ماهیت و تعریف بازاریابی صنعتی به تشریح و توصیف ارزش به عنوان یکی از ارکان این حوزه از بازاریابی، به توضیح ساختار کانال های توزیع در بازار های صنعتی، تعریف واژه ارزش، عوامل تاثیر گذار بر ارزش و قیمت گذاری و بپردازد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی صنعتی، ارزش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/503458>

