

## عنوان مقاله:

ارائه الگویی جهت طراحی استراتژی آمیخته بازاریابی (4C&A) با بهره گیری از نقاط مرجع استراتژیک (SRP,S) در صنعت PSP

## محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت نوین در افق 1404 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

هرمز مهرانی - استاد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال

عباس نرگسیان - استاد دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

طهمورث حسنقلی پور - استاد دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

حامد منصوری - کارشناس ارشد MBA، دانشگاه تهران

## خلاصه مقاله:

طراحی استراتژی بازاریابی از طریق تجزیه و تحلیل موقعیت، فرصت های بازار را شناسایی و با تعریف بخش های مختلف بازار و تشخیص نقاط قوت و ضعف سازمان، شرایط رقابت را میسر می سازد. در دهه گذشته، پژوهشگران تلاش کرده اند تا مدلهایی ارائه دهند که بر اساس آن بتوان گونه های آرمانی استراتژی های بازاریابی را مشخص کرده و با همسو سازی و هم نوایی آنها هم افزایی را در سطح کلان سازمان میسر سازند. مقاله حاضر بر مبنای نظریه نقاط مرجع استراتژیک (SRP,S) الگویی را جهت هماهنگی بین استراتژی بازاریابی در سطح کسب و کار و استراتژی وظیفه ای آمیخته بازاریابی 4C و همچنین با تاکید بر تبلیغات هوشمند با توجه به مفهوم توسعه یافته آن در سالهای اخیر و به واسطه ابزارهایی که توسط تکنولوژی در اختیار قرار گرفته است، تبیین شده است. در این مقاله با توجه به مبنای فلسفی و منطقی نقاط مرجع استراتژیک، دو نقطه مرجع میزان کنترل (کم یا شدید) و کانون توجه (داخلی و خارجی) به عنوان نقاط مرجع اعلم در نظر گرفته شده اند. استراتژی بازاریابی در سطح کسب و کار و استراتژی آمیخته بازاریابی 4C به همراه اضافه کردن تبلیغات با توجه و تاکید بر مبنای نقاط مرجع استراتژیک در این صنعت مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری پژوهش، صنعت پرداخت الکترونیک (PSP) و نمونه آماری آن شرکت آسان پرداخت پرشین بوده است. نتایج در نهایت منجر به الگویی پیشنهادی برای تبیین استراتژی آمیخته بازاریابی 4C با برجسته سازی عنصر تبلیغات در راستای استراتژی بازاریابی شده و یکپارچگی استراتژی اختصاصی هر آمیخته انجام شده است. در این مقاله سعی شده است مدل مفهومی پیشنهادی با توجه به صنعت خاصی که در آن کار شده است ارتقا یکپارچگی و هم افزایی را برای سازمانها میسر سازد.

## کلمات کلیدی:

استراتژی بازاریابی؛ آمیخته بازاریابی؛ تئوری نقاط مرجع استراتژیک؛ چرخه حیات محصول

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/550295>

