

عنوان مقاله:

توسعه بازاریابی با استفاده از فرایند سیستماتیکی هوش رقابتی و آینده نگاری

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

حمید مهرانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی موسسه آموزش عالی سبز آمل

جمشید دانش پژوهان - کارشناس ارشد مدیریت دولتی

خلاصه مقاله:

توسعه هوشمندی رقابتی و آینده نگاری منجر به ایجاد تصویری کامل از وضعیت فعلی و آتی صحنه رقابت در پیش روی مدیران برای تصمیم گیری بهتر می شود. به خدمت گرفتن هوشمندی رقابتی و آینده نگاری منجر به تشخیص استراتژی های کوتاه مدت و بلند مدت بازاریابی می گردد. در تحقیق حاضر که از نوع تحقیقات موردی می باشد، محقق با پایلوت قرار دادن (شرکت پاکمن) به بررسی رابطه بین هوشمندی رقابتی و آینده نگاری با توسعه بازاریابی در شرکت تولید کننده سیستم های حرارتی و بویلرهای نیروگاهی (پاکمن) پرداخته است. محقق جهت بررسی این رابطه فرضیاتی را مطرح نموده و در طی فرآیند تحقیق با تهیه طرح تحقیق و مطالعه و جمع آوری مبنای نظری آن، الگوی مفهومی تحقیق را مشخص کرده است. بر اساس اطلاعات بدست آمده و تجزیه و تحلیل داده های حاصل از آن در رابطه با ارتباط هوشمندی رقابتی با توسعه بازاریابی مشخص شد که: ایجاد هوشمندی ارتباط مثبتی با ارتباط با مشتری دارد. توزیع هوشمندی ارتباط مثبتی با ارتباط با مشتری دارد. پاسخگویی ارتباط مثبتی با ارتباط با مشتری دارد. همچنین در رابطه با ارتباط آینده نگاری با توسعه بازاریابی مشخص شد که پیش بینی آینده ارتباط مثبتی با ارتباط با مشتری دارد. تصمیم سازی ارتباط مثبتی با ایجاد محصول متمایز دارد.

کلمات کلیدی:

هوشمندی رقابتی، آینده نگاری، بازاریابی، استراتژی بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/620623>

