

عنوان مقاله:

پیاده سازی مدل هوشمند رقابتی در شرکت نوساز

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

سینا سید مصطفایی - کارشناس ارشد مهندسی صنایع

محمدرضا غلامیان - عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت

فرزانه سید مصطفایی - کارشناس ارشد مهندسی برق

خلاصه مقاله:

هوشمندی رقابتی یکی از مباحثی است که در کنار بازاریابی در موفقیت فروش یا ارائه خدمات بسیار می تواند موثر باشد. در این مقاله ابتدا با استفاده از منابع موجود مدلی جهت اجرای هوشمندی رقابتی تدوین شده است و سپس با استفاده از نظریه کارشناسان و تکنیک هایی مانند توفانی ذهنی اطلاعات مورد نیاز برای گردآوری مشخص گردیده است و این اطلاعات از منابعی مانند اینترنت، انجمن صنفی هتل داران، کارکنان درون سازمانی، کارکنان فروش رقبا و ... گردآوری شده است و با طبقه بندی این اطلاعات و تجزیه و تحلیل آن ها توسط متخصصان و خبرنگاران و با استفاده از روش خاصی از طبقه بندی مشتریان هوشمندی به دست آمده به عنوان وسیله ای برای سیاست گذاری ها و استراتژی های بعدی سازمان مورد استفاده قرار گرفته است. پ از اجرای تصمیمات اخذ شده معیار درصد رضایت مشتریان و سایر معیارهای غیر مستقیم به منظور اطلاع از میزان موفقیت پروژه اندازه گیری شده است که افزایش این معیارها نشانه ای از مثبت بودن مدل پیاده شده می باشد.

کلمات کلیدی:

هوشمندی رقابتی، مشتریان کلیدی، برنامه ریزی استراتژیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/66654>

