

عنوان مقاله:

مدیریت بازار یابی و فروش

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و پنجمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

علی احیایی

خلاصه مقاله:

در فروش هدف برقراری ارتباط با مشتری و متقاعد ساختن وی برای خرید به شیوه ای هرچه موثرتر است . برای این منظور باید شناخت کاملی از مشتری داشت . باید تعریفی از یک مشتری ایده آل داشت . باید از خود پرسید : چرا مشتری باید محصول ما را برای خرید انتخاب کند. واقعیت های تازه ای که راجع به فروش مطرحند به قرار زیرند : 1- امروزه تعدادی فروشندگان بیشتر از تعداد خریداران است . 2- امروزه فروش از هر زمان دیگری پیچیده تر است . 3- امروزه فرایند فروش تمرکز بیشتری را نسبت به گذشته طلب می کند . 4- جلب اعتماد مشتری امروزه بیش از هر زمان دیگری در فروش مطرح است . 5- برای موفقیت در فروش ، باید اصول اولیه را به شدت مورد توجه قرار داد .

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/676369>

