

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر و نقش ارتباطات کلامی در موفقیت بازاریابان شبکه ای

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و کارآفرینی، دوره 3، شماره 1 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

سولگ تاجیک - دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد واحد ساری

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی بررسی تاثیر و نقش ارتباطات کلامی در موفقیت بازاریابان شبکه‌های می باشد. جامعه آماری شامل کلیه جوانان دختر و پسر بین 20-30 ساله بازاریاب در شهر تهران بوده است و با استفاده از جدول کرجسی و مورگان تعداد 384 نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شده است. روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای بوده و جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. اطلاعات با نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شده و نتایج نشان داد که قدرت لحن کلام، بلندی یا شدت صدا، تعداد کلمات ادا شده در یک زمان معین (ضریب سخنگویی)، اطلاعات در راهنمایی های بیانی و نشانه‌ها یا راهنمایی های بیانی بر موفقیت بازاریابان شبکه‌های دختر و پسر سنین بین 20-30 ساله در شهر تهران تاثیر مثبت و معنادار داشته است. بازاریابان شبکه‌های پیشنهاد می شود که در زمینه بهبود مهارت‌های ارتباطی خود به ویژه در زمینه نحوه بیان کلمات و قدرت لحن بیان تلاش کنند و اهمیت قدرت لحن کلام در موفقیت بازاریابان شبکه‌های را بیش از پیش مدنظر داشته باشند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی شبکه ای، ارتباطات کلامی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/721363>

