

عنوان مقاله:

مروری بر روش های کسب مزیت رقابتی در بازاریابی خدمات

محل انتشار:

کنفرانس ملی پژوهش های نوین در مدیریت و حسابداری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

پگاه جهانبخش تهرانی - نویسنده مسیول ، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- گرایش بازاریابی، دانشگاه شیراز

ابوالقاسم ابراهیمی - دانشیار بخش مدیریت دانشگاه شیراز

خلاصه مقاله:

امروزه با توجه به حضور خدمات به عنوان یکی از ارکان مهم اقتصادی، یکی از چشم اندازهای مهم و حیاتی بسیاری از شرکت های خدماتی، دستیابی به حد اعلای بازاریابی خدمات و کسب مزیت رقابتی است که این اهم با چالش هایی که در حال حاضر در شرکت های فعال در صنعت خدمات با آن مواجه هستند به خوبی قابل توجیه است. ضرورت ارتباط موثر بین مشتریان و عرضه کنندگان خدمات به طور وسیعی در نوشته های مدیریت مورد بحث قرار گرفته است و صاحب نظران اتفاق نظر دارند که مشتریان راضی قابلیت آن را دارند که به مرور زمان به مشتریان وفادار تبدیل شوند و راه حل هایی برای آن ارایه کرده اند. یک بازاریاب آگاه در سایه توجه به جنبه های خدماتی می تواند تصویری قوی در ذهن خریداران ایجاد کند، مبنی بر اینکه خدمات مزبور موجب افزایش ارزش میشود و همین دیدگاه یا اقدام موجب جذب مشتریان وفادار خواهد شد که سودهای بلند مدت در پی خواهد داشت. در این مقاله به تعریف و تشریح مفاهیمی همچون خدمت، طبقه بندی آمیخته خدمات، ویژگی خدمات، بازاریابی، بازاریابی خدمات، فلسفه بازاریابی خدمات، آمیخته بازاریابی خدمات، مویلفه های برتری بازاریابی خدمات و نهایتا راهکارهای جلب رضایت مشتریان و کسب مزیت رقابتی پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

خدمت، بازاریابی خدمات، بازاریابی، بازاریابی داخلی، بازاریابی تعاملی، مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/761338>

