

عنوان مقاله:

اثر شخصیت فروشنده بر عملکرد فروش در بازاریابی صنعتی بر اساس مدل DISC

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت ، اقتصاد و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

علیرضا روستا - گروه مدیریت، واحد بین المللی کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران.

داود یعقوبی - گروه مدیریت، واحد بین المللی کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی در این پژوهش بررسی تاثیر شخصیت فروشنده بر عملکرد فروش در بازاریابی صنعتی بر اساس مدل DISC میباشد به این منظور از پرسشنامه مدل DISC استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل پس از اطمینان از نرمال بودن گویه های مورد بررسی از آزمون همبستگی پیرسون و برازش مدل رگرسیونی استفاده شده است که در نهایت نتیجه گیری شده است که شخصیت فروشنده تاثیر گذار و وظیفه محور دارای بیشترین تاثیر بر عملکرد فروش میباشد. پس از آن فروشنده سطله گر میتواند اثر بیشتری بر عملکرد فروش بگذارد ، و در نهایت فروشنده دارای ثبات دارای کمترین تاثیر گذاری بر عملکرد فروش میباشد.

کلمات کلیدی:

شخصیت فروشنده ، مدل DISC ، عملکرد فروش ، همبستگی پیرسون، بازاریابی صنعتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/782162>

