

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدل بازاریابی چریکی بر بهبود عملکرد فروش خدمات درآموزشگاه های تهران

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

فرزین صادقیان - کارشناس ارشد مهندسی صنایع دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

محمد تقی پور - گروه مهندسی صنایع دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

## خلاصه مقاله:

آموزشگاه ها به عنوان بخشی از نظام اقتصادی کشور که نقشی فعال در توسعه کشور دارند، طی سال های اخیر با چالش های فراوانی روبه رو بوده اند و مهم ترین این چالش ها گسترش دامنه رقابت میان آموزشگاه ها و افزایش سطح دانش و آگاهی مشتریان است. بنابراین تنوع گرایي و ارایه خدمات متنوع از سوی آموزشگاه ها از یکسو و تغییرات پدید آمده در نیازها و انتظارات مشتریان از دیگر سو، باعث اهمیت هرچه بیشتر شیوه های بازاریابی برای آموزشگاه ها شده است. لذا این تحقیق به بررسی تاثیر بازاریابی چریکی بر بهبود عملکرد فروش آموزشگاه ها پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش، مدیران آموزشگاه های کنکور در شهر تهران بوده است. فرضیات این تحقیق از طریق بررسی پاسخ پرسش شونده گان به پرسشنامه تحیق، با استفاده از روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی و به کمک مدل معادلات ساختاری، توسط نرم افزار لیزرل تحلیل شدند. نتایج حاکی از آن بود که هرچه میزان شناخت، انتظارات و ادراک مشتریان در آموزشگاه ها بهتر برآورد گردد، خدمات بیشتر خواهد بود. در کل نتایج تحقیق بیانگر تاثیر مثبت اجرای بازاریابی چریکی در آموزشگاه های کنکور در تهران برافزایش فروش خدمات آنها می باشد.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی چریکی، فروش، شناخت، انتظارات، ادراک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/799963>

