

## عنوان مقاله:

بررسی کارکرد آمیخته بازاریابی 7ps در تحلیل سبد بازار؛ مطالعه موردی خرده فروشی های اردبیل

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسنده:

سارا موسوی فخر - مربی دانشگاه پیام نور، دانشکده فنی مهندسی، دانشگاه پیام نور اردبیل

## خلاصه مقاله:

تکنیک تحلیل سبد خرید منجر به دریافت داده های سودمندی جهت تمرکز بر جفت کالاهایی است که می تواند جهت توصیه به خریدار مورد توجه قرار گیرد. این داده ها توسط الگوهای داده کاوی کشف و مورد استفاده قرار می گیرند. هدف این مقاله ارائه یک پیشنهاد در یک بررسی تحقیقاتی با بررسی کارکرد محصول، مکان، ترویج، قیمت، افراد فرایند و زیرساخت های فیزیکی (7Ps) در گسترش ارتباط با مشتری و تحلیل سبد خرید در بازار (MBA) است. این مطالعه در جست و جوی طرح ریزی بر مبنای این است که چگونه (7Ps) می تواند به عنوان ابزاری برای مزیت رقابتی در بخش خرده فروشی در اردبیل بکار رود. آمیخته بازاریابی مورد استفاده در این مطالعه مفهوم (7Ps) است که مفهوم (4Ps) سنتی را نیز شامل می شود. در این مطالعه پیشنهاد می گردد که عملکرد مشتریانی که با خرده فروش در تعامل هستند در طول یک بازه زمانی بررسی و تحلیل گردد. در نهایت با استفاده از پرسش نامه جهت استخراج داده های متناسب و مقایسه پژوهش های انجام گرفته، خرده فروشان استان می توانند عملکرد خود را به صورت قابل توجهی بهبود بخشند. ضمن این که بکارگیری نتایج در عمل، جهت گیری خرده فروش نسبت به پیشرفت مداوم را تسهیل می کند.

## کلمات کلیدی:

تحلیل سبد خرید، الگوریتم اپریوری، (7Ps)، خرده فروش اردبیل

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/935616>

