

عنوان مقاله:

شناسایی استراتژی های برتر بازاریابی و بررسی ارتباط آنها با رشد فروش کارخانه لوله و اتصالات چدن (کلاچ)

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی پژوهش در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

حسین وحیدی ایری سفلی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی (گرایش استراتژیک)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دماوند، دماوند، ایران

اکبر باقری - عضو هیات علمی گروه اقتصاد، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلامشهر، ایران

خلاصه مقاله:

این تحقیق با هدف شناسایی استراتژی های برتر بازاریابی و بررسی ارتباط آنها با رشد فروش کارخانه لوله و اتصالات چدن (کلاچ) ایران انجام شده است. برای این منظور ماتریس SWOT از عوامل داخلی و خارجی مرتبط با فرایند تدوین استراتژی های بازاریابی شرکت کلاچ تنظیم شد. بر اساس نمرات حاصل مشخص گردید که نقاط قوت این شرکت نمرات کلی بیشتری نسبت به نقاط ضعف کسب نموده اند. همچنین ارزیابی ماتریس عوامل خارجی بیانگر نمرات کل بیشتر عوامل مرتبط با فرصت های شرکت کلاچ نسبت به نمرات کل تهدیدهای آن داشت. نهایتاً بر اساس ماتریس عوامل داخلی و خارج استراتژی های برتر بازاریابی شرکت کلاچ با ماهیت تهاجمی و از نوع رشد و توسعه فعالیت فروش برای این شرکت شناسایی شده است در قسمت دوم این تحقیق، به کمک ابزار پرسشنامه ای که شامل سوالات جمعیت شناختی است در قالب آمار توصیفی تجزیه و تحلیل و ارائه شده است. نتایج آزمون و تحلیل های آماری (به روش آنالیز واریانس و تحلیل معادلات ساختار برگرسونی برای فرضیه ها) نشان داد که همه فرضیات تحقیق (چهار فرضیه که ارتباط استراتژی های برتر چهارگانه را با رشد فروش شرکت کلاچ مورد فرض قرار داده بودند) مورد تایید قرار گرفتند. به عبارت بهتر، رابط معنادار هر چهار استراتژی برتر بازاریابی شرکت کلاچ با رشد فروش این شرکت مورد تایید قرار گرفت و بر این اساس پیشنهادات تحقیق نیز ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

استراتژی های برتر بازاریابی، رشد فروش، شرکت لوله و اتصالات چدنی (کلاچ)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/975718>

