

عنوان مقاله: بازاریابی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی نقش مدیریت در چشم انداز ۱۴۰۴ (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

ارسلان تیزرو - مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی

نوشین درخشان - مدیریت دولتی گرایش رفتار سازمانی

خلاصه مقاله:

در دنیای امروز دگرگونی هایی بسیار زیاد همراه با گسترش رقابت در زمینه های متنوع، بویژه در بازارها؛ مشاهده می شود. «تغییر» واژه آشنایی است که توام با فرصت ها و تهدید هایی برای جوامع و زمینه های شغلی مختلف گاهی عامل رشد و توسعه و زمانی عامل نگرانی و تحیر و واماندگی می شود. کشورها و شرکت هایی که پویایی را هدف خود قرار داده اند سازندگی و توسعه را در تغییر می یابند و گروهی که فقط متقاضی برکت بدون حرکت هستند از ایجاد هر گونه تغییر در وضع موجود نگران بوده مقاومت شدیدی در برابر آن نشان می دهند تا روزی که مجبور به پذیرش آن گردند. استفاده از بازاریابی که واژه ای نارسا و در عین حال جا افتاده و مصطلح برای گnitekraM است برای همه شرکت ها و سازمان هایی که در صدد هستند بدون تسلیم در برابر تغییر حضوری آگاهانه در بازار داشته باشند ضرورت دارد. آنها باید تلاش کنند تا با بازارگرایی، بازار شناسی، بازارگردی و بازار یابی سهم بازار مناسبی برای خود به دست آورند و با عرضه محصولی خوب با قیمتی مناسب به کارگیری روش های مطلوب توزیع استفاده از تبلیغات آگاه کننده و جهت دهنده و شناسایی رقبا فرصت ها و تهدیدهای محیطی سهم بازار خود را افزایش دهند و با خلاقیت ابتکار انعطاف پذیری و تطبیق منابع با نیازها و خواسته های مشتریان داخلی و خارجی علاوه بر افزایش سهم بازار و مشتریان خود را نیز حفظ نمایند. بازاریابی برای هر نوع حرکت آگاهانه و هدفمند در بازار امروز ضرورت دارد بازاری که دیگر نه مرز می شناسد و نه مشتری خاصی را در نظر دارد «جهانی شدن» بازار پدیده ای است که بتدریج چهره خود را نمایان می سازد. شعار امروز بازاریابی برای همه کارآفرینان و مدیران و بازار یابان حرفه ای در این جمله کوتاه خلاصه می شود: «جهانی بیندیش، محلی عمل کن» و جهانی شدن بازار یعنی اقتصاد و تجارت بدون مرز و لازمه آن بینش وسیع، حرکت هد فمند، نگرش سیستمی، و افزایش توانمندی ها و بهبود مقررات و قوانین است

کلمات کلیدی:

بازاریابی، سنتی، ویروسی، اینترنتی، وبلاگی، کسب و کار، فرایند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1152420>

