

عنوان مقاله:

بررسی نقش مدیریت رفتار فروشندگان در ترغیب مصرف کنندگان

محل انتشار:

کنفرانس ملی اندیشه های نوین و خلاق در مدیریت، حسابداری مطالعات حقوقی و اجتماعی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

فریبا فیروزی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

شهباز براهویی - دکتری مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

در تجارت پویا خریدار از فروشنده انتظار دارد که بیشترین ارزش ها را با بهترین قیمت عرضه نماید و سازمان ها نیز پی در پی به دنبال روش های تازه در ایجاد نوآوری هستند. داشتن یک فهم درست از خرید مصرف کنندگان و فرآیند مصرف، مزیت های گوناگونی را در بر خواهد داشت. این مزیت ها شامل کمک به مدیران در جهت تصمیم گیری و اتخاذ، تهیه یک مبنای شناختی، کمک به فروشنده و در نهایت کمک به خرید مصرف کنندگان در جهت ترغیب خرید بهتر می باشد. مدیریت رفتار فروشندگان شامل مجموعه هایی از رفتارهای فیزیکی و روانی است. که قبل از خرید مصرف کنندگان آغاز و بعد از مصرف نیز ادامه می یابد. عمده تحقیقات به مدیریت رفتار فروشندگان در ترغیب خرید مصرف کنندگان معطوف شده است. در بیشتر موارد تحقیق در مورد رفتار فروشندگان به بررسی رفتارهای عادی پرداخته شده است. نتایج بررسی نشان می دهد که در بین عوامل فوق نحوه ظاهر یکی از عوامل اساسی در برقراری ارتباط است. که توسط آن پیام های دیدن و شنیدن به اطلاع خریدار رسانیده می شود تا از طریق نفوذ در ذهن خریدار، آنان را به ترغیب خرید مصرف کنندگان خرید کالا یا خدمات نماید

کلمات کلیدی:

رفتار فروشندگان، مدیریت، ترغیب و مصرف کنندگان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825174>

