

دانلود جزوه اصول بازاریابی با فرمت پی دی اف

[برای دانلود جزوه اینجا کلیک کنید](#)

بخشی از متن جزوه:

(2) تاثیرات کیفیت و خدمات بر ترفیع محصول: تاکید بر کیفیت و خدمات دوم بحث خاص رابه مفاهیم عمومی روشهای ترفیع اضافه می کند. مبحث اول موضع یابی بر مبنای ارائه خدمات به مشتریان است. ارائه خدمات وسیله موثری در ارتقای ارزش یک محصول است. همچنین میزان ارزش افزوده ارائه خدمات به مشتریان برای محصول ابتدایی عامل اصلی ای است که شرکت از طریق آن می تواند جایگاه مورد نظر را در بازار به دست آورد. مبحث دوم این است که شرکتها در ترفیع محصولاتشان بر مبنای کیفیت و خدمات بامشکلاتی مواجه می شوند. اگر شهرت شرکت در ارائه خدمات به مشتریان کم و میزان متمایز بودن محصول نیز کم باشد آنگاه (خدمات کم، میزان تمایز کم و وضعیت ترین موضع می باشد). اگر شهرت شرکت در ارائه خدمات به مشتریان زیاد و میزان متمایز بودن محصول کم باشد آنگاه (خدمات زیاد، میزان تمایز کم) است. اگر شهرت شرکت در ارائه خدمات به مشتریان کم و میزان متمایز بودن محصول زیاد باشد آنگاه (خدمات کم، تمایز زیاد) است. اگر شهرت شرکت در ارائه خدمات به مشتریان زیاد و میزان متمایز بودن زیاد باشد آنگاه (خدمات زیاد، تمایز زیاد و قویترین موضع) است.

(3) تاثیرات کیفیت و خدمات بر توزیع: در برخی از موارد توزیع ممکن است موثرترین عامل رقابتی یک شرکت باشد. هنگامی که شرکتها برای جلب رضایت مشتری برنامه هایی تنظیم می کنند باید برخی از جزئیات توزیع را در نظر گیرند به طوری که تمام جنبه های جستجو، خرید و مالکیت راضی کننده باشد. ارائه خدمات عالی به شرکتهایی که در کانال توزیع هستند نیز مهم است. عمده فروشان و خرده فروشان مانند مشتریان به تولیدکنندگانی وفادار خواهند بود که نیازها و انتظاراتشان را بهتر برآورده کند.

برنامه ای برای ارائه خدمات به مشتریان:

دارای نه مرحله است: (1) انتظارات مشتریان را درک کنید: اهداف خدمت در هر شرکت به انتظارات مشتریان، رقابت، و اهداف خدماتی آن بستگی دارد. الف) نسبت ارزش به قیمت: نسبت ارزش به قیمت ارزشی را که مشتریان دریافت می کنند به عنوان تابع قیمتی که پرداخت می نمایند اندازه گیری می کند. ب) کیفیت محصول (ج) مزایا و ترکیبات (د) ضمانتنامه ها: روش متداول برای این حالت به وجود آوردن اطمینان بازپرداخت پول یا عوض کردن محصول معیوب پس از خرید آن است. علاوه بر اطمینان قانونی ارائه

ضمانتنامه راه موثری برای آگهی و پیشبرد فروش است. (ذ) برطرف کردن مشکلات (ر) تجربه خرید: یک راه برای ارتقای محصولات به سطحی بالاتر از رقبا این است که فرآیند خرید به صورتی سریع، راحت، بدون اشکال و تا حد ممکن لذتبخش درآید.

(2) برای مشتریان اولویت برقرار نمایید: هنگام ایجاد اولویتهای گروه عمومی رامی توان شناسایی کرد: الف) مشتریان هسته ای یا اصلی: مشتریان اصلی آن افرادی است که از خدمات عالی به آنها سودآور است و باید هر کار ممکن برای جلب رضایت آنها انجام داد. ب) مشتریان در حال رشد که توانایی مشتری اصلی شدن را دارند. به این مشتریان باید تا حد ممکن توجه شود بدون اینکه مشتریان اصلی فراموش شوند. ج) بقیه مردم: به این مشتریان باید حداقل خدمات ارائه شود.