

## چگونگی تدوین استراتژی بازاریابی فراورده های غذایی پدیده دیناوند<sup>۱</sup>

سید محمد میرجوادی<sup>۳</sup>

Page | 1

آدرس نویسنده اول ، خ شریعتی ، خ حقوقی ، بن بست پورزند ، پ ۷ ایمیل :

[mmj.mirjavadi@gmail.com](mailto:mmj.mirjavadi@gmail.com) tel:09122543547

### مقدمه

عصر کنونی عصر جهانی شدن ، رقابت بین شرکت ها ، پیشرفت های تکنولوژیکی و تولید انبوه است که لاجرم بازارها به سمت اقتصاد آزاد پیش رفته و همگرا می شوند. در ضمن عواملی چون : رکود اقتصادی ، تورم ، تغییرها در نیازها و خواسته های مشتریان و ورود شرکت ها و بنگاه های کوچک و بزرگ داخلی و خارجی اقیانوس قرمزی را بوجود آورده که شرکت ها را تهی از تفکر و استراتژی سازی نموده است که بالطبع موجب بلعیده شدن آن ها توسط شرکت های بزرگ شده است. شرکتی که قصد ورود به بازارهای جهانی را دارد و خواهان فروش ، سود بیشتر و هم زمان کسب رضایت و خشنودی مشتریان است را دچار مشکل می کند. در نتیجه این تحقیق قصد دارد با بررسی و تحلیل نتایج بدست آمده کلیه مشخصات مشتریان آتی محصول خود را از لحاظ جمعیت شناختی ، روانی ، رفتاری و جغرافیایی طبقه بندی نموده و آن را جایگاه یابی متناسب نماید و به طور اختصاصی با کمک 4P مدلی ارائه دهد.

### بیان مساله

با گسترش روند جهانی شدن ، افزایش رقابت ، ورود شرکت های مختلف داخلی و خارجی ، محصولات متنوع و پیشرفت تکنولوژی ، حفظ و رضایت مشتری و وفاداری او مشکل تر

<sup>1</sup> How To Formulate Marketing Strategy For Padideh Dinavand Foof Industry Co

<sup>۲</sup>نویسنده مسئول کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی

<sup>3</sup> Mohammad Mirjavadi