

مدیریت کسب و کار



انجمن علمی بازاریابی ایران

تهران - بهمن ۱۳۹۵

استراتژی های بازاریابی بر اساس الگوی هماهنگی نتیجه ای در چرخه عمر محصول

امیرعباس خالصی*^۱، موسی رحیمی^۲.

۱- دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز

۲- مربی بخش مدیریت دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز

چکیده

در طی دو دهه گذشته سازمان های بسیاری به اهمیت رضایت مندی مشتریان خود واقف شده و در یافته اند که حفظ مشتریان موجود به مراتب کم هزینه تر از جذب مشتریان جدید است، بنابراین شرکت ها همواره باید ناظر و مراقب تعامل بین خود و مشتریان شان باشند و با شناخت و درک صحیح از نیازها و ارزش های مد نظر مشتریان و همچنین جایگاه محصول خود در چرخه عمر محصول، کالا و خدمات با ارزشی به آنها ارائه کنند و بهترین راهبرد را برای ورود یا ادامه حیات در بازار انتخاب کنند. مقاله حاضر به مرور استراتژی های بازاریابی بر اساس الگوهای نتیجه ای در چرخه عمر محصول می پردازد. همچنین در این مقاله شرایط محیط درون و بیرون بنگاه و آمیخت بازاریابی مناسب برای رویارویی با این شرایط و کسب مزیت رقابتی مرور می شود. یک استراتژی بازاریابی کارآمد تمامی آن فعالیت های تجاری که به ایجاد، توسعه، حفظ و نگهداری مشتریان وفادار ختم می شود در بر دارد و بر حفظ و نگهداری مشتریان فعلی و ایجاد رابطه بلند مدت و سودآور با آنها تأکید دارد.

واژگان کلیدی

استراتژی بازاریابی، هماهنگی استراتژی با الگوی نتیجه ای، چرخه عمر محصول، نقاط مرجع استراتژیک

مقدمه:

اغلب نظریه پردازان در حوزه مدیریت استراتژیک بر عوامل تقریباً مشابهی جهت اجرای موفقیت آمیز استراتژی ها تأکید دارند. برای نمونه، اگر در بحث اجرای استراتژی ها بر چهار عامل کلیدی ساختار، سیستم ها، افراد و فرهنگ باور دارد. براینسور نیز در بحث اجرای استراتژی در سطوح مختلف سازمانی مقولاتی مانند مسایل انسانی، فرآیندی، ساختاری و همچنین نهادی کردن استراتژی جهت اجرای موفق استراتژی ها را مطرح می کند. فرد آر دیوید نیز در بخش اجرای استراتژی ها، به عواملی چون تعیین هدف های سالانه، تدوین سیاست ها، تخصیص منابع، تغییر ساختار و تجدید ساختار و مهندسی مجدد، تجدیدنظر درپاداش و برنامه های انگیزشی، کاهش مقاومت در برابر تغییر، وفق دادن مدیران در برابر استراتژی، تقویت فرهنگ پشتیبانی از استراتژی، تطبیق فرآیندهای تولیدی و عملیاتی، تشکیل واحد منابع انسانی اثربخش جهت اجرای موفقیت آمیز استراتژی ها اشاره می کند.

بر اساس نتایج پژوهش های مختلف در زمینه مدیریت استراتژیک، اغلب شرکت ها در مرحله اجرای استراتژی در سطوح مختلف سازمانی با مشکل مواجه می باشند. برای مثال، بر اساس مطالعه ای توسط نشریه ی فورچون بیش از 90 درصد