

سنجش تاثیر استراتژی هوشمندانه برای مدیریت تیم فروش در بازاریابی صنعتی در زمان کرونا (مطالعه موردی: مجموعه تخفیف گو)

حامد خرسندی نوشهري^۱، سيد محمود شبگو منصف^۲، محمد حسين پورشال^۳

چکیده:

بیاييد به اول بهمن ماه سال ۹۸ برگرديم. خاطرتان هست در آن زمان چه پيش بينی ای از آینده بازار و وضعیت کسب و کار خودتان در سال جديد داشتيد؟ چه استراتژی رشدی را برای سال ۹۹ در نظر گرفته بوديد و با کدام برنامه ی بازاریابی می خواستيد به آن دست پيدا کنید؟ آن برنامه ها می توانستند به خوبی اجرائی شوند و شما را به اهدافتان برسانند. اما کم کم سر و کله یک موجود بسيار کوچک به اسم ويروس کرونا پيدا شد و آن قدر تأثیر بزرگی در دنیا گذاشت که همه معادلات را به هم ريخت. در حال حاضر اکثر شرکت ها اثرات مخرب شیوع ويروس کرونا بر فروش محصولات و خدمات خود را احساس می کنند و برنامه های کسب و کار آنها دچار مشکل شده شده است. اما با دست روی دست گذاشتن و حسرت خوردن هیچ کس به جایی نمی رسد! هر چند کرونا باعث شده تا رفتار مصرف کنندگان به سرعت تغيير کند و برنامه ریزی های قبلی به هم بریزد، اما یک مدير خوب با درک درستی که از شرایط بازار پيدا می کند، استراتژی های خود را تغيير می دهد و کسب و کار خود را در شرایط بحران نیز به پيش می برد. در شرایطی که ويروس کرونا تمام جهان را درگیر خود کرده است، کسب و کارها از این موضوع آسیب فراوانی خورده اند. احتمالاً اولین گزینه برای کم کردن هزینه های یک شرکت، محدود سازی بودجه بازاریابی است. این در شرایطی است که توجه به فرآیندهای بازاریابی، در این بحران ضروری است. این موضوع برای کسب و کارهای صنعتی اهميت بیشتری دارد. کسب و کارهایی که مشتریان شان را شرکت های دیگر تشکیل می دهند. تحقیق حاضر از نظر هدف، از نوع تحقیقات کاربردی محسوب می شود و بر اساس واقعیت است. در این تحقیق برای دست یابی به اطلاعات بخش نظری از روش های مختلف کتابخانه ای مانند مراجعه به منابع علمی، کتاب ها، مجلات معتبر، مقالات و پایان نامه های مربوط به موضوع و جستجوی رایانه ای در سایت ها و پایگاه های اطلاعاتی مختلف استفاده شده است. برای اطلاعات مربوط به تخفیف گو از اطلاعات موجود و قابل دسترس و دریافت آن و سایت مربوط به تخفیف گو استفاده شده است. مطالعات انجام شده در این تحقیق در راستای شناسایی مولفه های اصلی استراتژی هوشمندانه برای مدیریت تیم فروش در بازاریابی صنعتی در زمان کرونا در تخفیف گو صورت پذیرفت. این بررسی ها با آزمایش سوال های تحقیق از طریق پرسشنامه همراه گشت و در نهایت مشخص شد که تاثیر استراتژی هوشمندانه در تخفیف گو به نحو مطلوب و اثربخش و به طور کامل به کار گرفته می شود.

واژه های کلیدی: مدیریت بازاریابی، بازاریابی صنعتی، استراتژی هوشمندانه، مدیریت فروش، تیم فروش، کرونا

^۱دکتری مدیریت بازرگانی از انگلستان، دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت بازرگانی - مدیریت بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد رشت، رشت، ایران، Hamed_khorsandi63@yahoo.com

^۲دکتری تخصصی مدیریت بازرگانی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد رشت، گروه آموزشی مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، رشت، ایران، monsefmahmoud@yahoo.com

^۳دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت بازرگانی - مدیریت بازاریابی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران شمال، تهران، ایران Hpmoho969@gmail.com