

استراتژی‌های موثر بازاریابی در شرایط رکود اقتصادی

الهام عزیزی^۱

^۱کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه لرستان

چکیده

رکود دورانی است که عموماً با ورشکستگی، بیکاری و افزایش فشار زندگی تداعی می‌شود. در این میان لازم است شرکت‌ها به منظور در امان ماندن از آسیب‌های احتمالی و یا حتی نابودی، تغییرات موجود را زیر نظر گرفته و با تدوین استراتژی‌های بازاریابی مناسب، خود را برای پاسخگویی هر چه بهتر به نیازهای مشتریان و نیز استفاده از فرصت‌های بالقوه توانمند سازند. در واقع بازاریابان به استراتژی نیاز دارند که نه تنها آنها را قادر سازد که از بحران عبور کنند، بلکه پیشرفت نیز داشته باشند. بنابراین، این پژوهش با هدف معرفی برخی استراتژی‌های مطرح شده در این زمینه، ضمن مرور ادبیات موضوع به بررسی اجمالی تحقیقات صورت گرفته در این باره می‌پردازد.

واژه‌های کلیدی: رکود اقتصادی، استراتژی بازاریابی، رکود، بازاریابی، رفتار مصرف‌کننده، بحران اقتصادی