

مطالعه بازاریابی مویرگی با رویکرد مروری

الهه نجار^۱

دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت کسب و کار، گرایش انرژی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۰۸

Study of capillary marketing with a review approach

Elahe Najar¹M.Sc. Student, Business Management, Energy Orientation, Payame Noor University, Tehran, Iran¹

Received: (24/04/2021)

Accepted: (29/05/2021)

Abstract:

With the increase in population and the growth of human societies and the rapid development of technology and social networks and information, special attention is paid to the elements of marketing mix (product, pricing, promotion, distribution). In order to achieve a competitive advantage, the distribution element plays a more prominent role than other elements. The present study was conducted with the aim of reviewing capillary marketing and its method is descriptive in terms of purpose. Also, the method of data collection is library. Capillary distribution has advantages and disadvantages. The company that produces the product gets many benefits from mass distribution in the first place. There are also significant benefits for those who sell these compactly distributed products, ie retailers. The many brands they have for each product make them a great choice. It seems that the capillary distribution system will have a bright future and due to the increase in consumer brands, the company that has more power in this distribution channel will have more market share.

Keywords

Capillary marketing, competitive advantage, marketing mix, distribution

چکیده

با افزایش جمعیت و رشد جوامع بشری و پیشرفت سریع فناوری و شبکه های اجتماعی و اطلاع رسانی توجه ویژه به عناصر آمیخته بازاریابی (محصول، قیمتگذاری، ترویج، توزیع) بیشتر حس می شود. برای دستیابی به مزیت رقابتی عنصر توزیع نقش پرنگ تری نسبت به دیگر عناصر پیدا می کند. تحقیق حاضر با هدف مطالعه مروری بر بازاریابی مویرگی انجام گرفته است و روش آن بر حسب هدف توصیفی است. همچنین روش گردآوری داده ها کتابخانه ای می باشد. توزیع مویرگی دارای مزایا و معایبی است. شرکتی که محصولی تولید میکند در وهله اول مزایای فراوانی از توزیع انبوه بدست می آورد. برای کسانی که کار فروش این محصولات با توزیع فشرده را بر عهده دارند، یعنی خرده فروشان، نیز مزایای قابل توجهی وجود دارد. برندهای بسیاری که آنها با توجه به هر محصول دارند، آنها را به مجموعه ای بزرگ از انتخاب تبدیل میکنند. به نظر میرسد سیستم پخش مویرگی آینده درخشانی خواهد داشت و با توجه به افزایش برندهای مصرفی، شرکتی که در این کانال توزیعی از قدرت بیشتری برخوردار باشد، سهم بازار بیشتری از آن خود خواهد کرد.

واژه‌های کلیدی

بازاریابی مویرگی، مزیت رقابتی، آمیخته بازاریابی، توزیع