

عنوان فارسی مقاله :

رویکردهای رفتاری در اجرای استراتژی بازاریابی

عنوان انگلیسی مقاله :

Behavioral approaches to marketing strategy implementation



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد.

برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی

مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

### I Conclusion

The difference between average and outstanding organizations lies in the ability of the latter to provide superior customer value, and to exceed the expectations of other stakeholders on a continual basis. Value differentiation and superior performance today and in the future will be defined and sustained through distinctive capabilities possessed by employees. The organization's culture will be the interface between the employees and the environment that will foster the internal behaviors necessary to develop a continuous cycle of innovation, and the external relationships necessary to build sustainable customer loyalty and commitment. These two studies reinforce the one thing that traditional strategy paradigms often overlook - that the aggregate behaviors of the organization's employees are responsible for the implementation of corporate intentions. However, they go one step further by providing a context to profile and proactively manage behaviors. These approaches to strategy implementation foster a competitive position by leveraging on the distinctive skills and capabilities of employees and then selectively directing these competencies as a basis to compete in the marketplace. This is sustainable in that, when given a level playing-field, employee behaviors are much harder for the competition to understand and duplicate than generic marketing actions, a piece of equipment, location of a plant, or access to a distribution channel.

### نتیجه گیری

اختلاف بین سازمان های متوسط و بادوام ، در توانایی آنها برای ایجاد ارزش برتر برای مشتری و تامین نیازها و انتظارات سایر سهامداران به صورت پیوسته می باشد. تفکیک ارزش و عملکرد برتر در زمان حال و آینده از طریق قابلیت های مشخص و متمایز کارمندان تعریف و حفظ می گردد. فرهنگ سازمانی رابط بین کارمندان و محیط تقویت کننده رفتارهای داخلی لازم جهت رشد و توسعه چرخه پیوسته ابداع و نوآوری و روابط خارجی لازم برای وفاداری و تعهد پایدار مشتری می باشد. در این دو مطالعه چیزی تقویت می شود که نمونه ها و الگوهای استراتژی سنتی اغلب از آن چشم پوشی می کنند - رفتارهای کلی کارمندان سازمان مسئولیت اجرای مقاصد و نیت شرکتی را برعهده دارند. شیوه های به کار رفته برای اجرا، از طریق اهرم بندی مهارتها و قابلیت های مشخص و متمایز کارمندان سبب ارتقاء موقعیت رقابتی شده و سپس این قابلیت ها را به عنوان مبنایی برای رقابت در بازار در جهت درست هدایت می کند. این وضعیت از لحاظی پایدار تلقی می گردد که درمیدان بازی سطح ، شناخت و تکثیر رفتارهای کارمندان برای رقابت سخت و دشوار تر از اعمال و رفتارهای عمومی بازاریابی، یک قطعه تجهیزات ، محل تاسیس کارخانه یا دسترسی به کانال توزیع می باشد .



### توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد.

برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

همچنین برای مشاهده سایر مقالات این رشته [اینجا](#) کلیک نمایید.