



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

مدیریت بازاریابی استراتژیک: دستیابی به عملکرد تجاری برتر از طریق استراتژی بازاریابی هوشمند

عنوان انگلیسی مقاله :

Strategic marketing management: achieving superior business performance through intelligent marketing strategy



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.



بخشی از ترجمه مقاله

5. Conclusion: Comprehensive model of IMS

As discussed before all organizations want to achieve superior performance in different dimensions. They want to obtain enough financial benefits, have many satisfied and loyal customers and develop their markets and products innovatively. Achieving this type and level of organizational performance requires formulating and implementing intelligent marketing strategy (IMS). Its formulation and implementation success in achieving superior performance depends on some strategic actions: First- creating sustainable competitive advantage (SCA) based on internal capabilities and external position simultaneously (marketing capability) and using it as a source of IMS formulation and as a tool of IMS implementation. Second- applying innovative knowledge (IK) as a source of creating SCA and as a source of IMS formulation. Third- considering how to create SCA and IK in IMS formulation. Forth- applying marketing intelligence and marketing relationship capabilities of organization for IMS implementation. Fifth- considering how to develop marketing intelligence and marketing relationship capabilities in organization in IMS formulation.

5. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری: مدل جامع « استراتژی بازاریابی هوشمند (IMS) »

با توجه به بحث و استدلالی که انجام شده، همه سازمان‌ها خواهان این هستند که از ابعاد مختلفی به عملکرد عالی دست پیدا کنند. آنها می‌خواهند به سودآوری مالی کافی دست پیدا کنند و رضایتمندی و وفاداری مشتریان را داشته باشند و محصولات و بازارهای هدفشان را به طور نوآورانه ای بهبود داده و توسعه بخشند. دستیابی به این نوع و نیز سطح عملکرد سازمانی مستلزم فرموله کردن و اجرای استراتژی بازاریابی هوشمند (IMS) می‌باشد. فرموله کردن و اجرای موفقیت‌آمیز آن در دستیابی به عملکرد برتر به برخی از فعالیت‌های استراتژیکی بستگی دارد: اولاً، ایجاد هم‌زمان مزیت رقابتی پایدار و مستمر (SCA) بر اساس قابلیت‌های داخلی و محیط خارجی (قابلیت بازاریابی) و استفاده از منابع استراتژی بازاریابی هوشمند فرموله شده (IMS) و به عنوان یک ابزار اجرا کردن استراتژی بازاریابی هوشمند (IMS). دوماً، به کارگیری دانش نوآورانه (IK) به عنوان منبعی برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار (SCA) و به عنوان منبع اجرایی استراتژی بازاریابی هوشمند (IMS). سوماً، توجه به اینکه چگونه می‌توان مزیت رقابتی پایدار و نیز دانش نوآورانه را در استراتژی بازاریابی هوشمندانه فرموله کرد. چهارماً، به کارگیری هوش بازاریابی و قابلیت‌های بازاریابی رابطه ای سازمان برای اجرای استراتژی بازاریابی هوشمند (IMS). پنجماً، توجه به اینکه چگونه هوش بازاریابی و نیز قابلیت بازاریابی رابطه ای را می‌توان در فرموله کردن استراتژی بازاریابی هوشمند استفاده نمود.



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.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.