

عنوان فارسی مقاله :

رابطه بین شهرت نیروی فروش و رفتاری مشتری:
نقش ارزش افزوده تجربی توسط نیروهای فروش

عنوان انگلیسی مقاله :

Relationship between sales force reputation and customer behavior:

Role of experiential value added by sales force



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.

5. Discussion

The study provided useful knowledge for understanding the source of the experiential value added by a salesperson and how this value influences customers' behavioral intentions. Based on the idea of experiential value (Holbrook, 1996; Mathwick et al., 2001), this study attempted to determine whether certain adapted dimensions of EVS identified by Mathwick et al. (2001) in US catalog and Internet merchandising contexts could be applied to the sales force context. The findings revealed that while service efficiency and service excellence constitute two distinct components of EVS, these dimensions were combined into a single dimension referred to as service productivity in the sales force context. This outcome indicates that the extrinsic active value and the extrinsic reactive value are not completely separate in the sales force context. However, our finding clearly demonstrated that all the aspects of experiential value investigated in this study were relevant to salesperson management.



0- بحث

این مطالعه دانش و اطلاعات مفیدی برای درک منبع ارزش افزوده تجربی توسط فروشندگان و نحوه تاثیر گذاری این مقدار بر نيات رفتاری مشتری ارایه می کند (هالبوک ۱۹۹۶، ماتویک و همکاران ۲۰۰۱)، این مطالعه قصد دارد تا تعیین کند آیا ابعاد خاص evs شناسایی شده توسط ماتویک و همکاران ۲۰۰۱ در زمینه های تجارت اینترنتی و کاتالوگ امریکا، را می توان در زمینه نیروی فروش استفاده کرد یا نه. یافته ها نشان داد که اگرچه کارایی خدماتی و برتری خدماتی دو مولفه جداگانه EVS می باشند، این ابعاد به یک بعد موسوم به بازدهی خدماتی در زمینه نیروی فروش تبدیل شدند. این برابری نشان داد که ارزش فعال خارجی و ارزش غیر فعال خارجی در زمینه نیروی فروش کاملاً جدا از هم نمی باشند. با این حال یافته های ما نشان دهنده این است که همه ابعاد ارزش تجربی بررسی شده در این مطالعه برای مدیریت فروشندگان مناسب است.

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.