



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

کنترل سیر تکاملی روابط شرکت - مشتری: چگونه مشتریان در طول زمان
با ارزش (یا کم ارزش) می شوند؟

عنوان انگلیسی مقاله :

Capturing the Evolution of Customer-Firm Relationships:
How Customers Become More (or Less) Valuable Over Time



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

Conclusion

In this research, we develop a dynamic segmentation model to assess the impact of marketing activities on purchase incidence as well as the number of orders. We believe that our model provides new insights into customer-firm relationship dynamics and adds to the growing body of research on customer management. Overall, our model enables retailers to understand how marketing activities vary by segment and suggests how to tailor activities for each segment so as to increase the effectiveness of and improve the return on their investments.

نتایج

در این تحقیق، ما یک مدل بخش‌بندی پویا را برای ارزیابی اثر فعالیت‌های بازاریابی بر وقوع خرید و همچنین تعداد سفارشات توسعه دادیم. ما باور داریم که مدل ما بینشی جدید در پویایی رابطه مشتری - شرکت فراهم و به رشد بدنه تحقیق در مدیریت مشتری افزوده می‌کند. به طور کلی، مدل ما خرده‌فروشان را قادر به درک چگونگی تغییر فعالیت‌های بازاریابی توسط بخش‌ها می‌کند و نحوه تناسب فعالیت‌ها برای هر بخش به طوری که تاثیرگذاری را افزایش و بازده سرمایه‌گذاری آن‌ها را بهبود دهد، نشان می‌دهد.



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.