



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

بهبود موفقیت بازاریابی: نقش مبادله دانش ضمنی بین
بخش فروش و بازاریابی

عنوان انگلیسی مقاله :

Improving marketing success: The role of tacit knowledge
exchange between sales and marketing



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

Research suggests the importance of adapting marketing strategies to marketplace changes. One key component in this process is the sales-person. Because they are able to embed themselves both within external networks made up of customers and internal networks made up of employees from other functional areas, they become an important source of knowledge for their organizations. The concept that knowledge is a resource that should be shared is intuitive. However, the processes, factors, and issues involved in sharing knowledge, especially tacit knowledge, are complex. This study explores just a few of the many factors involved. There is still much to be understood.

5- نتیجه گیری

این تحقیق حاکی از اهمیت تطبیق راهبردهای بازاریابی با نوسانات و تغییرات بازاریابی است. یک مولفه کلیدی در این فرایند، فروشنده است. فروشنده قادر به قرار گرفتن در هر دو شبکه های خارجی متشکل از مشتریان و شبکه های داخلی متشکل از کارکنان از سایر بخش ها می باشند، آن ها به یک منبع مهم دانش برای سازمان خود محسوب می شوند. این مفهوم که دانش یک منبعی است که بایستی به اشتراک گذاشته شود، یک مفهوم شهودی است. با این حال، فرایند ها، عوامل و مسائل موجود در اشتراک دانش، به ویژه دانش ضمنی، پیچیده می باشند. این مطالعه تنها تعداد معدودی از عوامل را شناسایی کرد. عوامل بسیار زیاد دیگری وجود دارند که بایستی شناسایی و درک شوند.



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.