

کنفرانس بین المللی اقتصاد، حسابداری، مدیریت و علوم اجتماعی

دانشگاه سزین لهستان - ۱۳۹۳

انتخاب استراتژی مناسب بازاریابی به کمک الگوریتم TOPSIS^۱

مهسارضایی کلج

دانشجوی کارشناسی مهندسی صنایع-موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی و غیر دولتی مهرآستان

آدرس پست الکترونیک نویسنده (m.rezaeikallaj@yahoo.com)

علی رضایی کلج

کارشناسی ارشد مهندسی برق_الکترونیک-دانشگاه علوم تحقیقات گیلان

آدرس پست الکترونیک (rezaei.ak@gmail.com)

چکیده

در دنیای رقابتی جدید به منظور ایجاد تمایز بین محصول خود با محصولات رقبای از وسایل و روشها و استراتژی های گوناگونی استفاده می شود، که یک راه کار جا افتاده برای این منظور این است که سازمان ها تحولات لحظه به لحظه بازار و الگوی مصرف مشتریان خود را مورد توجه قرار بدهند. اما راهکار دیگری که می توان بدان اشاره نمود تا برای تولید کنندگان اهمیت پیدا نماید اتخاذ یک استراتژی مناسب بازاریابی برای آنان می باشد که تا به کمک آن برای شناسایی محصول خود در نظر مشتری گام بردارند. در این مقاله ضمن اینکه به معرفی استراتژی هایی که تولید کننده به کمک آنها می تواند تمایزی بین محصول خود با سایرین ایجاد نماید پرداخته می شود، هم چنین به کمک الگوریتم TOPSIS که به عنوان یک ابزار تصمیم گیری شناخته می شود، رویه ای به منظور انتخاب یک سیاست مناسب بازاریابی بیان می گردد.

واژگان کلیدی: بازاریابی ، استراتژی های بازاریابی ، الگوریتم تصمیم TOPSIS