

جناب آقای / سرکار خانم ....

خُبْرَة محترم / .....

با سلام،

به منظور پژوهش و تحقیق با عنوان « استراتژی های منتهی به راهکارهای بازاریابی جهت جذب مشتری » پرسشنامه ای به شرح زیر بر روی طیفی از ۱ تا ۵ تنظیم گردیده که خیلی کم به معنای کمترین ارزش و خیلی زیاد به معنای بیشترین ارزش می باشد. لطفاً پس از مطالعه دقیق نظرات خود را اعمال فرمائید. از اطلاعات داده شده تنها در راستای تحقیق استفاده شده و اطلاعات ارسالی کاملاً محرمانه باقی خواهد ماند. پیشاپیش از همکاری و حوصله شما در تکمیل این پرسشنامه تشکر بعمل می آید.

با کمال احترام

دانشجوی کارشناسی ارشد

پست سازمانی :

سن :

آخرین مدرک و رشته تحصیلی :

جنس :

واحد سازمانی :

فصلی نمره	زبان	متوسط	کلاس	فصلی کلاس	سوالات
					۱. استراتژی های سازمان دارا در راستای توسعه بازار تا چه حد موفق بوده است؟
					۲. استراتژی های سازمان دارا در راستای توسعه ارائه خدمات چه حد موفق بوده است؟
					۳. استراتژی های بازاریابی سازمان دارا در راستای جذب مشتری تا چه حد موفق بوده است؟
					۴. در بازار رقابتی فعلی استراتژی های سازمان دارا تا چه حد توانسته است مشتریان خود را حفظ کند؟
					۵. به نظر شما با ورود رقبای تازه وارد چه میزان از مشتریان سازمان دارا کاسته شده است؟
					۶. سازمان دارا به چه میزان در ارائه خدمات خاص و منحصر به فرد به مشتریان خود تلاش داشته است؟
					۷. سازمان دارا به چه میزان در راستای ارائه خدمات ویژه مبتنی بر جذب مشتری تلاش داشته است؟
					۸. ارائه خدمات نو و بی بدیل به چه میزان می تواند باعث افزایش جذب مشتری شود؟
					۹. دستیابی به توان ارائه خدمات نو و بی بدیل تا چه میزان در اولویت های استراتژیک سازمان دارا قرار داشته است؟
					۱۰. آیا منحصر به فرد بودن خدمات در زمره اولویت های حفظ مشتری قرار دارد؟
					۱۱. ارائه راهکارهای جدید بازاریابی در شرایط سیاسی خاص تا چه حد می تواند به حفظ بازار و مشتری کمک کند؟
					۱۲. ارائه راهکارهای جدید بازاریابی در شرایط اقتصادی خاص تا چه حد می تواند به حفظ بازار و مشتری کمک کند؟
					۱۳. ارائه راهکارهای جدید بازاریابی در شرایط اجتماعی خاص تا چه حد می تواند به حفظ بازار و مشتری کمک کند؟
					۱۴. ارائه راهکارهای جدید بازاریابی در شرایط تکنولوژیک خاص تا چه حد می تواند به حفظ بازار و مشتری کمک کند؟
					۱۵. استفاده از راهکارهای مختلف بازاریابی تا میزان با صرفه و سودآور خواهد بود؟
					۱۶. استفاده از بازاریابی اینترنتی را تا چه حد در جذب مشتری موثر می دانید؟
					۱۷. آیا استراتژی های بازاریابی اینترنتی در شرایط رقابتی عصر حاضر دارای کارایی کافی هستند؟
					۱۸. آیا در شرایط کنونی بازار، راهکارهای بازاریابی اینترنتی جایگزین مناسبی برای راهکارهای سنتی می باشد؟
					۱۹. آیا راهکارهای بازاریابی مجازی توانایی تحمل بار جذب مشتری مرتبط با سازمان را داراست؟
					۲۰. راهکارهای بازاریابی مجازی تا چه حد قابل اعتماد است؟
					۲۱. استراتژی کاهش قیمت محصول و خدمات تا چه حد در جذب مشتری موثر است؟

پست سازمانی :

سن :

آخرین مدرک و رشته تمصیلی :

جنس :

واحد سازمانی :

سوالات				
فیلد ۵هـ	که	متوسط	زیاد	فیلد ۴هـ
				۲۲. آیا با کاهش قیمت می توان از گرایش مشتریان به سمت رقبا جلوگیری نمود؟
				۲۳. آیا ارائه محصولات و خدمات به قیمتی پائین تر از رقبا، می تواند استراتژی مناسبی در جهت جذب و حفظ مشتری باشد؟
				۲۴. استراتژی های قیمت گذاری تا چه میزان می تواند در فرآیند جذب مشتری نقش تعیین کننده ایفا نماید؟
				۲۵. آیا استراتژی قیمتی کاهش می تواند در فرآیند جذب و حفظ مشتری در سازمان ها موثر باشد؟