



## ارائه یک چارچوب مطلوب برای نتیجه گیری بهتر در کسب و کار مبتنی بر سطوح تصمیم گیری خریدار

محمدرضا لطف اله همدانی<sup>۱</sup>، سعید میرزا محمدی<sup>۲</sup>، سهیلا نمازی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه علم و صنعت ایران؛ mr\_lhamedani@yahoo.com

<sup>۲</sup> عضو هیات علمی دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه علم و صنعت ایران؛ mirzamohammadi@iust.ac.ir

<sup>۳</sup> کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران؛ namazisoheila28@yahoo.com

### چکیده

در دنیای پر رقابت کنونی، صاحبان مشاغل برای استمرار حرفه خود ناچار به جذب مشتری می باشند اما اغلب به نوع تصمیم و درک خریداران در مورد انتخاب محصولاتشان توجهی ندارند و در نتیجه به مرور با کاهش فروش و هجوم محصولات رقیبان مواجهه و در نهایت در تداوم کسب و کارشان با مشکلات روبرو می گردند. در واقع می توان این طور گفت که جذب خریداران برای یک کسب و کار مهمتر و تداوم حفظ آن دشوارتر است. این تحقیق روی سطوح تصمیم گیری خریدار و عوامل کلیدی موثر در عرضه محصول تمرکز کرده است و با استفاده از سه سطح عادی، محدود و پیچیده در تصمیم گیری خریدار و هشت عامل موثر در فرایند خرید، چارچوب جدیدی را برای بازدهی بیشتر فروش محصول در بازار ارائه می دهد که می تواند برای تشخیص راهبرد های صحیح بازاریابی، به آسانی آموخته و پیروی شود. در تدوین چارچوب پیشنهادی از نظرخواهی خبرگان برای تایید و اصلاح الگوی آن استفاده گردید. تحقیق حاضر می تواند پاسخی به بخشی از نیازهای پوشیده اما محرک و تاثیر گذار برای تداوم کسب و کار صاحبان مشاغل باشد.

### کلمات کلیدی

کسب و کار، تصمیم گیری خرید، بازاریابی، عرضه کردن.

## An efficient framework to get a better results in business based on customer decision making levels

Mohammad Reza Lotfollah Hamedani (M.Sc)<sup>1</sup>, Saeed Mirzamohammadi (Ph.D)<sup>2</sup>, Soheila Namazi (M.A.)<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Iran University of Science & Technology

<sup>2</sup> Faculty Member of Iran University of Science & Technology

<sup>3</sup> Tehran University

### ABSTRACT

In today's competitive world, Business owners are compelled to attract more customers for thier business continuity but They do not often consider to the type of customers decision and understand for selection of their productions and, In conclusion, gradually their business confront at reduction in their sales and influx of competing products, finally, the continuity of their business can be difficult. In fact, it has been said that, it is important to attract customers to a business but it is more difficult to maintain continuity of that business. This research has concentrated on customer decision making levels and key factors that are effective in supplying the product and for more effective on goods sales in marketing, we introduce a new framework by using routine, limited and extensive decision making levels and eight efficient factors in purchase process, that it is easy to learn and follow for how to choose the right marketing strategies for business. expert opinions were used to validate and modify the pattern of the proposed framework. the present research can response some hidden needs which they are incentives and effective on business continuity for suppliers.

### KEYWORDS

Business continuity, Decision making, Marketing, Supplying.