



استراتژی آمیخته بازاریابی (4P) و بررسی اثر استراتژی های بازاریابی مبتنی بر 4P، بر عملکرد شرکت ها

علی بادامی^۱

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی دانشگاه خوارزمی

چکیده

یکی از اصلی ترین و قدیمی ترین استراتژی های بازاریابی، استراتژی آمیخته بازاریابی (4P) می باشد که به چهار موضوع قیمت، مکان، محصول و ترویج تمرکز دارد. سودآوری شرکت نیز بعنوان رکن اصلی فعالیت هر کسب و کار به عملکرد آن مجموعه وابسته است و پژوهش حاضر نیز مروری بر مطالعات مربوط به تاثیر آمیخته بازاریابی بر عملکرد شرکت ها داشته است. پژوهش های صورت گرفته پیشین، تاثیر مثبت و مستقیم این عوامل بر عملکرد شرکت را اثبات می نمایند و لازم است مدیران شرکت ها به این استراتژی ها توجه بیشتری داشته باشند.

واژگان کلیدی: آمیخته بازاریابی، عملکرد شرکت، استراتژی بازاریابی