

ملخص البحث

إيمان، محمد نورول. "المنتج استراتيجية الابتكار في مجال التسويق العلاقات مع العملاء لزيادة الدافع الشراء المستهلك (دراسات موضوعية لحلّ المشكلة في الشركة المحددة تامان سوريا كآنجانا، تولوغان، سيدوارجو) البحث الجامعي، الشعبة الإدارية، الكلية الإقتصادية، الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج".
المشرف : الدكتور الحاج نور أسنوي الماجستير.

الكلمة الرئيسية : استراتيجية الابتكار والدافع للشراء

تطوير قطاع العقارات في البناء السكني خاصة ينمو بسرعة الآن. هذا أدى إلى توسيع فرص للتنافس في المنافسة السعرية والمنتجات والسوق الاستهلاكية أيضا هو الحصول على أثقل. في ظل ظروف المنافسة المتزايدة اليوم، فإن الأولوية الرئيسية هي رضا العملاء مع زيادة رضا العملاء في حجم المبيعات من هذه المنتجات سوف تزيد أيضا. طريقة واحدة لاستخدام شركة ذات مسؤولية محدودة في دفع الذهب شركة الطاقة الشمسية حديقة تنتهج استراتيجية ابتكار المنتجات لتعزيز الدافع لشراء هذا المنتج.

تستخدم هذه الدراسة الوصفية أساليب البحث النوعي في تقنيات جمع البيانات والباحثين باستخدام المقابلات والملاحظة، والوثائق. البيانات المستخدمة هي بيانات أولية وثانوية. أما بالنسبة لتحليل البيانات استخدم الباحث الوصفي تقنيات تحليل البيانات، والبيانات التي تم جمعها في شكل الكلمات التي وصفت لا الأرقام.

ومن نتائج هذه الدراسة تشير إلى أن هناك فرقا بين بعد باستخدام استراتيجية ابتكار المنتجات وقبل استخدام استراتيجية ابتكار المنتجات. لمتابعة النتائج قبل استراتيجية ابتكار المنتجات التي أجرتها شركة ذات مسؤولية محدودة تامان سوريا كآنجانا للإكمية الإجمالية للسلع التي تقدم في ٢٠١٦% في عام ٢٠٠٦، لعام ٢٠٠٧ كان ٢٠،١٠%، حتى عام ٢٠٠٨، وفي عام ٢٠٠٩ بلغت ٢٠،٠٣% لمتابعة النتائج بعد استراتيجية ابتكار المنتجات التي تساوي ٢٧،٩% لعام ٢٠٠٧ إلى عام ٢٠٠٨، ولعام ٢٠٠٩ ترتفع إلى ٣٧،٩% حتى عام ٢٠١١.