



أثر ممارسات الاتصالات التسويقية المتكاملة في تحقيق الكفاءة التسويقية

(دراسة حالة مجموعة شركات معاوية البرير)

جميلة عبد الله التوم الدالي

كليات الأولى الأهلية / الأحساء - المملكة العربية السعودية

المؤلف: jameela.alddaly79@gmail.com

المستخلص

هدفت الدراسة إلى دراسة أثر الاتصالات التسويقية المتكاملة في تحقيق الكفاءة التسويقية لمجموعة شركات معاوية البرير ، إتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن هناك علاقة ارتباط معنوية وتأثير ذو دلالة معنوية بين أبعاد الاتصالات التسويقية المتكاملة بدلالة متغيراته والكفاءة التسويقية بمجموعة شركات معاوية البرير، أوصت الدراسة بعدة توصيات أهمها ضرورة اهتمام مجموع شركات معاوية البرير بجميع عناصر الاتصالات التسويقية المتكاملة مع زيادة التركيز على عنصر العلاقات العامة، والعمل على تطوير أدائها بشكل مستمر مواكبة التطورات الحديثة.

الكلمات المفتاحية: الاتصالات التسويقية المتكاملة ، الكفاءة التسويقية ، المزاج التسويقي ، رضا الزبائن