

استراتژی های بازاریابی وفروش در شرایط بحران

مفهوم بحران:

مفهوم بحران می تواند به معنای انحراف از وضعیت تعادل عمومی رابطه سازمان با محیط یا تعریفی از خصوصیت محیطی باشد که سازمان مجبور است به صورت مستمر از آن آگاهی داشته باشد. یک بحران سازمانی صرفاً فاجعه ای نظیر رکود اقتصادی، سقوط یک هواپیما نیست که باعث خسارات شدید محیطی می شوند، بلکه می تواند دارای شکل هایی متنوع نظیر: بد نام شدن محصول، مخدوش شدن خدمات پشتیبانی، تحریم محصولات، اعتصاب، رشوه خواری، بلایای طبیعی در زمینه انهدام محصول، خرابی سیستم اطلاعات شرکت باشد.

براساس نظرات پیترسون و کلایر، مدیریت بحران تلاش نظام یافته توسط اعضای سازمان همراه با ذی نفعان خارج از سازمان، در جهت پیشگیری از بروز بحران ها و یا مدیریت اثر بخش بحران در زمان وقوع است.