

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الابتكار الترويجي حيث تسعى المؤسسات الاقتصادية حاليا جاهدة لبناء صورة قوية تخصصها تمكنها من تمييز منتجاتها عن باقي المنتجات المنافسة والتي بدورها تسهل على الزبون اقتناء المنتجات التي تليبي أذواقه دون التعرض لعناء البحث هذا من جهة، أما من جهة ثانية فقد تعرضنا في بحثنا هذا رضا الزبون الذي يعتبر من أهم النقاط التي يجب على المؤسسة وضعه في سلم أولوياتها، وذلك من خلال التقرب من الزبون والعمل على التعرف على حل مشاكله، حاجاته و متطلباته وإعطائه القدر الكافي من الاهتمام والأهمية وهذا لتحقيق رضاه وصولا إلى كسب ولائه.

ولعل من أهم الاستراتيجيات التي تستخدمها المؤسسات التمييز و الابتكار الترويجي من شأنها جذب الزبون لها، ولهذا تطرقنا في بحثنا إلى موضوع الابتكار الترويجي ودوره في تحقيق رضا الزبون.

الكلمات المفتاحية: الابتكار الترويجي، رضا الزبون، المؤسسات الاقتصادية.

Résumé:

Cette étude vise à faire la lumière sur la promotion de l'innovation comme il cherche institutions économiques qui luttent actuellement pour construire une image forte ils se rapportent pour leur permettre de différencier leurs produits de la suite de produits concurrents, ce qui facilite à son tour Plus près de la clientèle et le travail d'identifier la solution à ses problèmes, ses besoins et ses exigences et de donner une attention adéquate et de l'importance et de la satisfaction d'atteindre ce la façon de gagner sa loyauté.

Peut-être l'une des stratégies les plus importantes utilisées par les institutions cygnes Promotion de l'innovation et de l'excellence qui va attirer un client, et si nous avons discuté dans notre recherche au sujet de la promotion de l'innovation et son rôle dans la réalisation de la satisfaction du client.

Mots clés: promotion de l'innovation, satisfaction de la clientèle , les institutions économiques.