

محورهای پژوهشی گروه خودرو سازی سایپا

موزه فروش و امور مشتریان

۱. استفاده از داده کاوی جهت آنالیز اطلاعات دریافتی در حوزه مشتری و خدمات پس از فروش
۲. طراحی و تبیین مدل ساختار بازاریابی و فروش منعطف
۳. طراحی مدل تخصیص بهینه (فاکتور) خودرو
۴. طراحی و تبیین مدل توزیع اثربخش خودرو
۵. طراحی و تبیین مدل روش های فروش نوین
۶. طراحی مدل تحلیل چند معیاره رضایت MUSA به منظور سنجش رضایت مشتریان / Multi-criteria preference desegregation approach (MUSA)
۷. ارزش پایدار از نگاه مشتریان ایرانی و بازارهای صادراتی
۸. مدت زمان ماندگاری استاندارد پرسنل در مراکز تماس با توجه به پارامترهای ارگونومیکی و سختی کار
۹. قراردادهای فروش