

عنوان مقاله:

گیمیفیکیشن اکسیری موثر بر رضایت و رفتار مشتریان در بازاریابی نوین

محل انتشار:

هشتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم انسانی، مدیریت و کارافرینی ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

محمدحسن اسد نیا - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت کسب و کار، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

پیام مکنونی - استا دیار گروه مدیریت صنعتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

خلاصه مقاله:

در سالهای اخیر با توجه به رقابت گسترده بین شرکت ها و سازمان ها به منظور جذب موفق مشتریان، سرمایه گذاری های بسیاری در بخش بازاریابی انجام میشود. امروزه گیمیفیکیشن یکی از ابزارهای بسیار مهم برای مدیران بازاریابی است. ویژگی ها و تکنیک های بازی در محیطی غیر از بازی برای تغییر رفتار مشتریان (گیمیفیکیشن) شیوه ای است که بسیاری از شرکت های بزرگ جهانی با استفاده از آن نه تنها مشتریان خود را راضی نگه میدارند بلکه سود قابل توجهی کسب میکنند. در همین راستا، این مطالعه مروری به بررسی پژوهش های اخیر که در این زمینه انجام شده است می پردازد تا بتواند ابعاد جدیدی در رابطه بین مشتریان و فروشگاه ها را شناسایی کند. بدین منظور، جدیدترین مقالات چاپ شده در این زمینه در مجلات معتبر بین المللی مورد مطالعه قرار داده شد. در این مطالعه به اختصار به بررسی تاریخچه گیمیفیکیشن پرداخته شد و نقش گیمیفیکیشن در بازاریابی بررسی شد. همچنین، تئوری های معتبر در این زمینه ارائه شد. با توجه به پژوهش های اخیر در زمینه گیمیفیکیشن و رابطه آن با مشتریان، متغیر هایی را در این پژوهش ها شناسایی کردیم که هر کدام زیر مجموعه ای از ابعاد رضایت و رفتار مشتریان بودند که به دو دسته تقسیم شدند و به تفصیل در رابطه با آنها بحث و پیشنهاداتی کاربردی ارائه شد.

کلمات کلیدی:

گیمیفیکیشن، رضایت مشتریان، رفتار مشتریان، بازاریابی نوین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1316616>

