

عنوان مقاله:

ارزیابی تاثیر درگیری ذهنی و ارتباط با برند بر عشق و کیفیت ارتباط برند (مورد مطالعه اینستاگرام)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

فهیمه جنتی - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیک دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی، اصفهان، ایران

رضا صالح زاده - استادیار دانشکده مدیریت و نوآوری دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی، اصفهان، ایران

زهرا ولیخانی - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف بازاریابی تامین و برآورده ساختن نیازها و خواسته های مشتریان مورد نظر است. حوزه رفتار مصرف کننده به بررسی نحوه انتخاب، خرید، استفاده و مصرف کالاها، خدمات، ایده ها و تجربیات از سوی افراد، گروه ها و سازمان ها برای تامین نیازها و امیال آنان می پردازد. درک رفتار مصرف کننده و شناخت مشتریان، کارچندان ساده ای نیست. مشتریان ممکن است نیازها و خواسته های خود را به گونه ای بیان نمایند، اما طور دیگری عمل کنند. آن ها ممکن است از انگیزش های عمیق تر درونی خود خبر نداشته باشند یا نسبت به عوامل موثری که در آخرین لحظه عقیده شان را عوض می کند، عکس العمل نشان دهند. با این وجود بازاریابان باید خواسته های مشتریان خود، ادراک های ذهنی و خرید و رفتار خرید آن ها را بررسی کنند. هدف از پژوهش حاضر ارزیابی تاثیر درگیری ذهنی و ارتباط با برند بر عشق و کیفیت ارتباط برند (مورد مطالعه اینستاگرام) می باشد. پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی- پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق شامل ۲۰۰۰ نفر از کاربران در اینستاگرام می باشند به دلیل عدم دسترسی به تعداد کل جامعه تعداد ۱۶۰ نفر از کاربران اینستاگرام مورد مطالعه قرار گرفتند. نتیجه تحقیق حاکی از این است که تمامی سوالات بیشترین همبستگی را با متغیر مربوط به خود داشته و در نتیجه بر اساس روش بارهای عاملی متقابل نیز مدل اندازه گیری پژوهش از لحاظ روایی واگرا در وضعیت خوبی قرار گرفته است در نتیجه بین درگیری ذهنی اکانت اینستاگرام و عشق به برند و بین ارتباط با برند اکانت اینستاگرام و عشق به برند و بین عشق به برند و کیفیت ارتباط برند رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

عشق به برند، درگیری ذهنی، ارتباط با برند، اکانت اینستاگرام

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1353394>

