

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت خدمات و ارتباطات برند بر وفاداری مشتری در شرکت هوآوی

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت و کسب و کار (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسنده:

المیرا فاتح دیزجی - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین - پیشوا، ورامین، ایران

## خلاصه مقاله:

ارتباطات برند، کیفیت خدمات و وفاداری مشتری یکی از فاکتورهای مهم رقابتی در عصر حاضر به شمار می آیند که شرکت ها باید به آن توجه نمایند، شرکت هوآوی نیز از این قاعده مستثنی نمی باشد در ایتتحقیق، به بررسی تاثیرکیفیت خدمات و ارتباطات برند بر وفاداری مشتری در شرکت هوآوی پرداخته شده است. جامعه آماری این تحقیق، مشتریان نمایندگی های مجاز شرکت هوآوی در بازار موبایل ایران در شهر تهران می باشند. برای انجام تحلیل های استنباطی از نرم افزارهای SPSS و LISREL برای تایید یا رد فرضیه ها استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه وتحلیل داده ها نشان می دهد که ارتباطات برند بر اعتماد برند و تصویر ذهنی مشتری تاثیر مثبت و معنادار دارد. همچنین، تاثیر مثبت و معنادار کیفیت خدمات بر اعتماد برند و تصویر ذهنی مشتری مورد پذیرش قرار گرفت و به اثبات رسید. یافته ها همچنین حاکی از آن بوده است که اعتماد برند و تصویر ذهنی مشتری بر وفاداری مشتری تاثیر مثبت و معنادار دارند. در نهایت، مشخص شد که ارتباطات برند و کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان با نقش واسطه ای اعتماد برند و تصویر ذهنی مشتریان تاثیر مثبت و معنادار دارد.

## کلمات کلیدی:

ارتباطات برند، کیفیت خدمات، اعتماد برند، تصویر ذهنی مشتری، وفاداری مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1394544>

