

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی عصبی بر آگاهی و عمل خرید مشتریان فروشگاههای زنجیره ای جانبو در شهر رشت

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مطالعات نوین در مدیریت و کارآفرینی ایران و تاجیکستان (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسنده:

فاطمه صدقی ثابت - مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی، مشاور و محقق حوزه مدیریت ایران، گیلان، رشت

## خلاصه مقاله:

امروزه در تحلیل های بازاریابی از بازاریابی عصبی استفاده می شود تا ترجیحات مصرف کننده درست تشخیص داده شود چرا که افراد در بیشتر مواقع به سوالاتی که از آنها می شود درست پاسخ نمی دهد و به این صورت بازاریابان با تمایل درونی مشتریان آشنا می شوند و سعی می کنند آنها را بکار گیرند. هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی تاثیر بازاریابی عصبی بر آگاهی خرید مشتریان فروشگاههای زنجیره ای جانبو در شهر رشت انجام شد. این پژوهش مقطعی و از نوع توصیفی - تحلیلی بوده و در ۸ شعبه از شعب فروشگاه زنجیره ای شهر رشت انجام شد. جامعه پژوهش به صورت تصادفی (۸۰ نفر) بوده که به روش نمونه گیری طبقه ای و متناسب با تعداد نمونه مورد نیاز انتخاب شدند. ابزار تحقیق، پرسشنامه استاندارد هایس (۲۰۱۱) انجام گرفته و روایی آن بر اساس روایی محتوایی و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ بررسی شده است. آزمون مدل پژوهش بر اساس روش معادلات ساختاری و نرم افزار AMOS انجام گرفته است. نتایج بدست آمده نشان می دهد، که بازاریابی عصبی تاثیر مثبت و معناداری بر آگاهی و عمل خرید مشتریان در فروشگاههای زنجیره ای جانبو در شهر رشت دارد.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی عصبی، مشتری، آگاهی خرید، خرید مشتری، رفتار مشتری.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1466059>

