

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و استفاده از تبلیغات رسانه ای بر جذب مشتریان متقاضی خدمات زیبایی و لیزری در شهر کرمانشاه

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی رویکردهای نوین مدیریت، روانشناسی و علوم انسانی در قرن ۲۱ (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

مرجان ایزدی - کارشناس ارشد، مدیریت بازرگانی-بازاریابی

خلاصه مقاله:

اهمیت مشتری و اینکه این مشتریان هستند که کسب و کارها را زنده نگه می دارند و باعث چرخیدن چرخ کسب و کارها می باشند، بر کسی پوشیده نیست. اهمیت مشتری برای هر کسب و کار بسیار زیاد و حیاتی است و بدون مشتری هیچ کسب و کاری دوام نمی آورد. بنابراین جذب مشتری همواره از دغدغه های مهم شرکت ها بوده و با توجه به رقابت موجود در صنایع و حوزه های مختلف، امروزه به یکی از کلبیدی ترین وظایف تیم های بازاریابی تبدیل شده است. در این مطالعه هدف این بوده که تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و استفاده از تبلیغات رسانه ای بر جذب مشتریان متقاضی خدمات زیبایی و لیزری در شهر کرمانشاه، مورد بررسی قرار گیرد. روش مطالعه حاضر بر حسب هدف کاربردی و بر اساس شیوه گردآوری داده ها توصیفی از نوع علی است. لذا برای تحقق این هدف، تعداد ۳۸۴ نفر از مشتریان کلینیک های ارائه دهنده خدمات زیبایی و لیزری شهر کرمانشاه در سال ۱۴۰۰ با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند و پرسشنامه های تحقیق بین آنها توزیع شده است. از دو روش کتابخانه ای و میدانی برای گردآوری داده ها استفاده شده است. ابزار مورد استفاده در مطالعات میدانی پرسشنامه بوده که روایی محتوایی آن با استفاده از نظرات خبرگان، روایی سازه با استفاده از مدل معادلات ساختاری و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ احراز شده است. نتایج مطالعه حاضر نشان می دهد مدیریت ارتباط با مشتری و استفاده از تبلیغات رسانه ای و عوامل مرتبط با این تبلیغات (درک مصرف کننده، پذیرش بازاریابی و رفتار پس از خرید) می تواند بر جذب مشتریان متقاضی خدمات زیبایی و لیزری، موثر باشد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، تبلیغات رسانه ای، جذب مشتریان، خدمات زیبایی و لیزری، کرمانشاه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1597785>

