

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تعامل رفتاری با نقش میانجی تجربه مشتری بر تبلیغات کلامی مشتریان فرش عرفان مبارکه

## محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسنده:

علی عابدی لنجی - کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی داخلی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه، اصفهان، ایران

## خلاصه مقاله:

این روزها که بازاریابی پیشرفت های وسیعی داشته است روش های آن نیز برای تحت تاثیر قرار دادن افراد متفاوت شده است. برندهای مطرح در سراسر دنیا آموخته اند که برای تاثیرگذاری بیشتر می بایست حرفهایشان را از دهان مردم بزنند، مردمی که ذینفع نیستند اما همچون رسانه ای اثربخش کالاها و خدماتشان را تبلیغ می کنند بازاریابی دهان به دهان که در بسیاری از موارد توسط مدیران و صاحبان صنایع ایرانی جدی گرفته نشده کم اهمیت تلقی می شود یکی از اثربخش ترین مجراهای ارتباطی مورد استفاده برندها به شمار می رود. فاکتور مهم در موفقیت استراتژی های بازاریابی و تبلیغات درک صحیح از تمایل مصرف کننده است، برای توصیف تمایل مصرف کننده بیشتر بر روی ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری تکیه کرده اند. تجربه ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری انسان به طور صریح از معنای اجتماعی انسان می باشد و افکار، شناخت ها، نگرش و باورها به صورت جدایی ناپذیر با ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری در هم تنیده شده اند. هدف این پژوهش بررسی تاثیر تعامل رفتاری با نقش میانجی تجربه مشتری بر تبلیغات کلامی مشتریان فرش عرفان مبارکه بوده است. هنگامی که مشتریان با هم ارتباط رفتاری قوی داشته باشند باعث می شود که در مورد برند با همدیگر گفت و گو کنند و تجربیات خود را در مورد برند به یکدیگر انتقال دهند. اگر فروشنده به رعایت اصل صداقت وفادار باشد و به مشتری این اعتماد را دهد که اینکه جنس مورد نظر شما، دقیقا همان چیزی باشد که میخواهید، در رابطه با ویژگی های آن نیز اغراق و بزرگنمایی نشود یا نقایص آن را از پنهان نکنند، مشتری تجربه خوبی از این فروشگاه درست می کند. مادامی که مدیر فروشگاه بین خود و مشتریان نوعی حس دوستانه و صمیمی ایجاد نماید باعث می شود تجربه خوشی از نحوه برخورد با مدیر فروشگاه ایجاد شود و این برخورد را با دیگران در میان بگذارد.

## کلمات کلیدی:

تعامل رفتاری، تجربه مشتری، تبلیغات کلامی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1720101>

