

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر وفاداری برند محصولات آرایشی تولید داخل

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و کارآفرینی، دوره 9، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

مهدی سوهانی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف شناسایی مهمترین عوامل و معیارهای تاثیر گذار بر وفاداری به برند در محصولات آرایشی تولید داخل برند مکسی بل صورت گرفته است تا با دیدگاهی تحلیلی و مقایسه ای نتایجی با دقت و قابلیت اتکای بیشتری بدست آید. روش تحقیق حاضر کاربردی و از نوع غیرآزمایشی و اکتشافی می باشد. با توجه به ادبیات موضوع و پژوهش های انجام شده داخلی و خارجی و ایجاد ذهنیت اولیه، جهت کاربردی شدن پیشفرضها، مصاحبه های تفصیلی با اساتید دانشگاهی، مدیران و کارشناسان خبره معیارهای اصلی وفاداری به برند، روابط میان معیارهای اصلی و در نهایت فاکتورهای موجود معیارهای اصلی وفاداری به برند شناسائی شدند در گام نخست با استفاده از تکنیک دلفی معیارهای زیربنائی وفاداری به برند در محصولات آرایشی تولید داخل برند مکسی بل شناسائی گردید در گام دوم معیارها و زیرمعیارهای وفاداری به برند با تکنیک ANP مقایسه و اولویت های میان آنها تعیین گردید. براساس نتایج تحقیقات با استفاده از روش دلفی برای معیارهای اصلی عوامل مربوط به محصول، متغیرهای شخصی، نگرش نسبت به ارزش برند، بسته بندی محصول، تبلیغات، نمایندگی و مراکز فروش محصول، عوامل مربوط به برند، عوامل مربوط به فروش و متغیرهای ذهنی ۴۴ زیر معیار شناخته شد توجه به نتایج می توان-گفت مهمترین عامل وفاداری به برند عوامل مربوط به کالا می باشد.واژگان کلیدی: وفاداری به برند، کیفیت ادراک شده، ارزش ادراک شده، رضایت مشتریان

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1748962>

