

عنوان مقاله:

مدلسازی بازاریابی توصیه ای الکترونیکی با تاکید بر رفتار مشتری و بهبود کسب و کار

محل انتشار:

پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، دوره 11، شماره 4 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

الهام رضانی - PhD Student, Department of Information Technology Management, Faculty of Management, Islamic Azad University, Tehran North Branch, Tehran, Iran

علی رجب زاده قطری - Professor, Department of Industrial Management, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

وحید برادران - Associate Professor, Department of Industrial Engineering, Faculty of Engineering, Islamic Azad University, Tehran North Branch, Tehran, Iran

مریم شعار - Assistant Professor, Department of Industrial Management, Faculty of Management, Islamic Azad University, Tehran North Branch, Tehran, Iran

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش مدلسازی بازاریابی توصیه ای الکترونیکی با تاکید بر رفتار مشتری و بهبود کسب و کار است. در این راستا به شناسایی و بررسی تاثیر عوامل مختلف بر نتایج بازاریابی توصیه ای الکترونیکی و همچنین بررسی اثرهای اجرای موفق این بازاریابی بر رفتار مشتریان و بهبود کسب و کارهای الکترونیکی پرداخته شده است. روش پژوهش، توصیفی پیمایشی از نوع همبستگی است. در مدل مفهومی پژوهش، متغیرهای مستقل تعامل مشتری، کانال بازاریابی توصیه ای، کیفیت پیام و تصویر برند به همراه مولفه های آنها بر اساس مرور ادبیات شناسایی و فرضیه های پژوهش تدوین شده اند. به منظور بررسی اثر مولفه های شناسایی شده بر موفقیت بازاریابی توصیه ای و اعتبار مدل مفهومی پژوهش از ابزار پرسشنامه و نظرهای کاربران سایت های فروش اینترنتی در ایران استفاده شده است. نمونه آماری نیز به دلیل نامحدود بودن جامعه آماری براساس فرمول کوکران ۳۸۴ برآورد شد که به منظور بررسی و ارائه مدل نهایی از رویکرد معادلات ساختاری با نرم افزار PLS Smart استفاده شد. تحلیل آماری داده ها و نتایج پژوهش نشان دهنده آن است که تعامل مشتری، کانال بازاریابی توصیه ای، کیفیت پیام و تصویر برند تاثیر مثبت و معناداری بر نتایج این نوع از بازاریابی که تغییر رفتار مشتری و بهبود کسب و کار است، دارد.

کلمات کلیدی:

Electronic Word Of Mouth(EWOM) Marketing, Electronic Businesses, Electronic Commerce, Customer Behavior, Business Improvement. بازاریابی

توصیه ای الکترونیکی، کسب و کارهای الکترونیکی، تجارت الکترونیکی، رفتار مشتری، بهبود کسب و کار.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1835736>



