

عنوان مقاله:

تاثیر طراحی بسته بندی محصول و بررسی آنلاین مشتری در مورد آگاهی از برند و تاثیر آن بر قصد خرید آنلاین

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، دوره 4، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

سید حسین پاکدل - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی کاویان، مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

تحقیقات گسترده در مورد محصولات، در کشورهای جهان، بسیار جالب و مهم است. تغییراتی در رفتار مصرف کنندگان که همیشه مایلند جذاب به نظر برسند نتیجه تحقیقات است. با توجه به پیشرفت هایتکنولوژی، خرید عادات نیز تغییر کرده و بر فروش محصولات تاثیر گذاشته است. این مطالعه با هدف بررسی مستقیم و غیرمستقیم تاثیر طراحی بسته بندی محصول و بررسی آنلاین مشتری بر قصد خرید آنلاین با واسطه‌برند آن انجام شد. نتیجه این مطالعه این بود که طراحی بسته بندی محصول و بررسی آنلاین مشتری تاثیر مثبت قابل توجهی بر قصد خرید آنلاین محصولات سفید کننده اسکارلت با واسطه برند آگاهی درکشورهای جهان دارد. این مقاله به بررسی اثرات راحتی آنلاین و تجربه خرید در مورد رضایت مصرف کننده و تصمیمات خرید آینده با استفاده از دیدگاهی متفاوت برای توضیح افزایش تجربه مشتریان با خرید آنلاین بازار میپردازد.

کلمات کلیدی:

طراحی بسته بندی محصول، بررسی آنلاین مشتری، آگاهی از برند، قصد خرید آنلاین.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1996668>

