

عنوان مقاله:

ارائه الگویی جهت شناسایی عوامل موثر بر وفاداری به برند

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

حمید شاهبندرزاده - استادیار و عضو هیئت علمی گروه مدیریت صنعتی دانشگاه خلیج فارس بوشهر

محدثه زندوی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه خلیج فارس بوشهر

خلاصه مقاله:

برند و وفاداری نسبت به آن از موضوعات مهمی می باشد که توجه به آن بسیار حائز اهمیت است. از این رو در این مطالعه تلاش شده است مهمترین عواملی که بر وفاداری مشتریان نسبت به یک برند تاثیرگذار است مورد شناسایی قرار گیرد. در ابتدا تحقیقات گذشته که با موضوع وفاداری به برند بوده اند مورد بررسی قرار گرفته و مهمترین عوامل تاثیرگذار بر وفاداری به برند شناسایی شدند. در ادامه با توجه به تحقیقات گذشته، به ارائه مدلی مفهومی راجع به عوامل تاثیرگذار بر وفاداری به برند پرداخته شده است که رضایت، اعتماد، نگرش به برند، تعهد، هویت برند و کیفیت به عنوان مهمترین عوامل تاثیرگذار بر وفاداری به برند مورد شناسایی قرار گرفتند و پس از آن راجع به متغیرهای مدل مفهومی توضیحاتی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

وفاداری، برند، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/261202>

