

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد منتخب تصویر ذهنی فروشگاه بر تداعی معانی برند فروشگاه های زنجیره ای شهرستان گرگان

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی جایگاه مدیریت و حسابداری در دنیای نوین کسب و کار، اقتصاد و فرهنگ (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

حسین فارسیانی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول

هرمز مهرانی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول

حسین دیده خانی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول

خلاصه مقاله:

تصویر ذهنی فروشگاه عملکرد اقتصادی خرده فروش را پیش بینی می کند. با توجه به تنوع وسیع فروشگاه ها و خرده فروشی ها، فروشگاهها باید بر اساس مزیت ها نیازهای مشتریان و فن آوری موجود، استراتژی ها و برنامه های عملیاتی خود را تدوین نمایند. بررسی تاثیر ابعاد تصویر ذهنی فروشگاه که به عنوان ترکیب ز دریافت های مصرف کنندگان از ویژگی های برجسته فروشگاه است با توجه به رقابت تنگاتنگی که بین فروشگاه های زنجیره ای برای جلب وفاداری مشتریان وجود دارد موضوع بسیاری مهمی که در این تحقیق به آن پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

تصویر ذهنی فروشگاه، تداعی معانی رند، وفاداری خرده فروشی، فروشگاه زنجیره ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/313801>

