

عنوان مقاله:

بررسی اثرات اجرای برنامه های تبلیغات بازرگانی بانک بر جذب مشتریان با توجه به مدل A.I.D.A (مطالعه موردی : شعب بانک انصار شهر سمنان)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن ۲۱ (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

ماهرخ مختاران - دکترای مدیریت بازرگانی ، دانشکده مدیریت و حسابداری ، گروه مدیریت بازرگانی ، واحد فیروزکوه ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

علی اکبر بنی اسدی - دانشجوی کارشناسی ارشد ، مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی ، دانشکده مدیریت و حسابداری ، واحد فیروزکوه ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه

خلاصه مقاله:

هدف اصلی پژوهش بررسی اثرات اجرای برنامه های تبلیغات بر جذب مشتریان بانک با توجه به مدل AIDA می باشد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت گردآوری داده ها ، توصیفی پیمایشی است . به منظور بررسی فرضیه های تحقیق، پرسشنامه های محقق ساخته در اختیار 384 نفر از مشتریان بانک انصار شهر سمنان که به صورت غیراحتمالی در دسترس انتخاب شده بودند، قرار گرفت و این تعداد به پرسشنامه ها پاسخ دادند. اطلاعات پرسشنامه ها جمع آوری و در جداول مربوطه طبقه بندی شد و با استفاده از روش های آماری مناسب (توصیفی و استنباطی و با استفاده از آزمونهای کالموگراف اسمیرنوف و معادلات ساختاری) ، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و نتایج حاصله حاکی از آن است که برنامه های تبلیغات بازرگانی بانک انصار بر اساس مدل AIDA ، موجب جلب توجه ، ایجاد علاقه ، تحریک تمایل و موجب سوق دادن مشتریان به استفاده از خدمات شده است. به عبارتی بانک توانسته به اهداف از پیش تعیین شده خود نائل شود. دریایان با توجه به یافته ها ، پیشنهاداتی بیان شده است.

کلمات کلیدی:

تبلیغات بازرگانی ، مدل AIDA ، بانک انصار ، مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/425866>

