

عنوان مقاله:

شناسایی ویژگی های یک شعار تبلیغاتی موثر از دیدگاه مشتریان بانک ملی استان مازندران

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

ابوالفضل صادق پور - کارشناسی ارشد مدیریت و مدرس دانشگاه پیام نور مازندران

الهام نجف پور - دانش آموخته کارشناسی مدیریت دانشگاه ادیب مازندران

خلاصه مقاله:

مدت زمان مدیدی است که شعارهای تبلیغاتی به عنوان یک رکن اساسی در مبارزه های تبلیغاتی مورداستفاده قرار میگیرند هدف از شعارهای تبلیغاتی تسهیل در به خاطر سپاری نام تجاری شرکت توسط مشتریان و ارائه اطلاعاتی است که نام تجاری را هویت بخشیده و برای آن جایگاه سازی می کند شعار تبلیغاتی یکی از مهمترین عناصر برنامه های تبلیغاتی شرکت هاست این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت توصیای پیمایشی می باشد ودر آن به مطالعه و شناسایی ویژگیهای یک شعار تبلیغاتی موثر از دیدگاه مشتریان بانک ملی استان مازندران پرداخته شده است مدل نظری تحقیق تشکیل دهنده یک فرضیه اصلی و سه فرضیه فرعی بوده،جهت نردآوری اطلاعات و از ابزار پرسشنامه استاندارد 82 سوالی استفاده شده است جامعه آماری این تحقیق شامل مشتریان بانک ملی شعب شهرستان ساری بوده که بر اساس آزمون کوکران نمونه ای به تعداد 381 نفر انتخابو بین آنها پرسشنامه توزیع و سپس جمع آوری نردید همچنین جهت تعیین روایی بیرونی ابزار از آزمون الفای کرونباخ برای پرسشنامه استفاده شده است که از نتایج بدست آمده میتوان اینگونه برداشت کرد که سوالات مطروحه در پرسشنامه ها از اعتبار بالایی برخوردار بوده اند بعلاوه از آزمون (k-s) برای تعیین نرمال بودن متغیرهای تحقی و آزمون T برای تجزیه و تحلیل سوالهای تحقیق استفاده شده است نتایج حاصله نشان داد که هویت برند شعارهای تبلیغاتی، تصویر برند شعارها ی تبلیغاتی، ارزشویژه شعارهای تبلیغاتی بانک ملی استان مازندران بر انتظارات مشتریان از بانک تاثیر گذار است

کلمات کلیدی:

تبلیغات، هویت برند، تصویر برند، ارزش ویژه برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/501403>

