

## عنوان مقاله:

تحلیل تاکتیک های بازاریابی رابطه مند بر وفاداری آنلاین مشتریان در صنعت محصولات الکترونیک مطالعه موردی: فروشگاه اینترنتی لاوان در مشهد

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و فناوری اطلاعات و ارتباطات (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

مجید کاخکی - دانش آموخته مدیریت بازرگانی بازاریابی، واحد تربیت جام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران

حامد حق طلب - استادیار، گروه مدیریت، واحد تربیت جام، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران

## خلاصه مقاله:

این پژوهش به تحلیل تاکتیک های بازاریابی رابطه مند بر وفاداری آنلاین مشتریان پرداخته شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل خریدارانی است که حداقل یک بار به شیوه اینترنتی در سال 94 از فروشگاه لاوان در شهر مشهد خرید نموده اند. جهت جمع آوری داده ها پرسش نامه ای بین 384 نفر از خریداران محصولات کامپیوتری فروشگاه اینترنتی لاوان توزیع گردید. فرضیه ها با استفاده از آزمون تی تک نمونه ای به کمک نرم افزار اسپاس مورد آزمون قرار گرفته اند یافته های آماری این پژوهش نشان داد که تاکتیک های بازاریابی رابطه مند اعتماد تعهد ارتباطات مدیریت تعارض بر وفاداری آنلاین مشتریان تاثیر دارد

## کلمات کلیدی:

تاکتیک های بازاریابی رابطه مند، وفاداری آنلاین مشتریان، صنعت محصولات الکترونیک، فروشگاه اینترنتی لاوان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/528561>

