

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بازاریابی و پیروسی و وفاداری مشتریان مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن 21 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

احسان احد مطلق - استادیار دانشگاه پیام نور استان تهران، گروه مدیریت بازرگانی تهران ایران

امید پایندانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه پیام نور استان تهران ایران

خلاصه مقاله:

امروزه با دسترسی عموم مردم به اینترنت و استفاده از این کانال ارتباطی تبدیل به بخش جداناپذیری از بازاریابی شده است. در سراسر دنیا به طور معمول از اینترنت برای پیدا کردن محصولات و دیگر خدمات استفاده میکنند. این امر شرکتها را موظف به یافتن شیوه ای مبتکرانه در جهت پاسخگویی به درخواستهای مشتریان و ایجاد روندی موثر بر وفاداری مشتریان نموده است که از اهم روشهای جدید و موثر بازاریابی میتوان به بازاریابی و پیروسی اشاره نمود که در آن یک پیام تبلیغاتی توسط رسانه های مختلف مانند ایمیل و ب سایت و بهتازگی تلگرام از شخصی به شخص دیگر منتقل میشود تحقیق حاضر متشکل از 165 نمونه در جامع آماری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی می باشد تحقیق از لحاظ هدف کاربردی است و از پرسشنامه در جهت گردآوری اطلاعات استفاده شده است شیوه تجزیه و تحیل آماری از طریق نرم افزار SPSS و آزمونهای کولموگروف اسمیرونف و همبستگی اسپیرمن استفاده شده است در نهایت روابط معناداری میان تمامی فرضیات در نظر گرفته شده در تحقیق مشاهده گردید.

کلمات کلیدی:

بازاریابی و پیروسی، اینترنت، وفاداری مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/538178>

