

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین عناصر آمیخته بازاریابی بر جذب مشتریان در اپراتور همراه اول

## محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت نوین در افق 1404 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

سیدعباس حیدری - دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

فریبا رحیمی - دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

این تحقیق با هدف بررسی رابطه بین عناصر آمیخته بازاریابی بر جذب مشتریان در اپراتور همراه اول انجام گرفت. جامعه آماری در این تحقیق مشتریان اپراتور همراه اول در شهر تهران می باشند لذا طبق فرمول کوکران، 384 مشتری بصورت تصادفی در نظر گرفته می شود. به منظور گردآوری داده های مورد نیاز پرسشنامه ای حاوی 37 سوال طراحی گردید و پس از بررسی روایی و پایایی آن، بین افراد نمونه توزیع و جمع آوری گردید. داده های گردآوری شده با استفاده از تی تک متغیره و آزمون رتبه ای جهت تأیید یا رد فرضیه پژوهش بهره گرفته شد. نتایج تحقیق حاکی از این است که عناصر آمیخته بازاریابی با جذب مشتریان در اپراتور همراه اول ارتباط معنی داری دارد.

## کلمات کلیدی:

عناصر آمیخته ی بازاریابی، جذب مشتریان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/550060>

