

عنوان مقاله:

بررسی و شناسایی تاثیر بازاریابی ویروسی بر مدیریت سفر مشتری در شرکتهای خدماتی (مطالعه موردی: آژانس های هواپیمایی شهرستان نجف آباد)

محل انتشار:

چهارمین کنگره سراسری فناوریهای نوین ایران با هدف دستیابی به توسعه پایدار (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

راضیه قدیریان - دانشجوی کارشناسی ارشد ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد ، گروه مدیریت ، نجف آباد

علی کرباسی - استادیار گروه مدیریت ، دانشگاه پیام نور ، ص . پ . 16761-7963 ، تهران ، ایران .

خلاصه مقاله:

این پژوهش که توصیفی-پیمایشی با ماهیت کاربردی و از لحاظ زمانی مقطعی می باشد به منظور « بررسی و شناسایی تاثیر بازاریابی ویروسی بر مدیریت سفر مشتری در شرکتهای خدماتی (مطالعه موردی: آژانس های هواپیمایی شهرستان نجف آباد) » انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مشتریان آژانس های هواپیمایی شهرستان نجف آباد است که تعداد 541 نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. ابزار اندازه گیری تحقیق، دو پرسشنامه بازاریابی ویروسی و پرسشنامه مدیریت سفر مشتری میباشد که مورد استفاده قرار گرفته است. برای اندازه گیری روایی پرسشنامه ها از روش محتوایی و برای تعیین پایایی آن آلفای کرونباخ محاسبه گردید که مقدار آن برابر 799/0 برآورد گردید. برای بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و برای تحلیل داده ها از آزمون پیرسون و رگرسیون استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد بین بازاریابی ویروسی و مدیریت سفر مشتری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین فرضیات فرعی تحقیق مورد تأیید قرار گرفت، یعنی مشوق های مادی، خودافزائی، منافع اجتماعی و نوع دوستی بر مدیریت سفر تأثیر دارند، مورد تأیید قرار گرفتند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی ویروسی، مدیریت سفر مشتری، مشوق های مادی، خودافزائی، منافع اجتماعی، نوع دوستی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/565964>

