

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مشتریان دیگر شرکت بر تصویر ذهنی شرکت و رفتارهای مشتریان نسبت به شرکت

محل انتشار:

سومین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت با محوریت توسعه پایدار (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

سپهر شهرجردی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

هدف از این مطالعه بررسی تاثیر مشتریان دیگر شرکت بر تصویر ذهنی شرکت و رفتارهایی که بر نگرش مشتریان نسبت به شرکت تاثیر گذار بوده است. پژوهش از نظر هدف کاربردی و با روش علی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل مشتریان شرکت سامسونگ در شهر اراک بوده است. برای جمعآوری اطلاعات از پرسشنامه کاراعثمان اوغلو و همکاران (2011) استفاده شد و با استفاده از روش نمونه گیری در دسترس نهایتا تعداد 297 پرسشنامه کامل شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها در تحقیق حاضر از تکنیک معادلات ساختاری استفاده شده و برای آنالیز اطلاعات نیز از نرم افزار لیزرلبهره گرفته شده است. تجزیه و تحلیل دادهها نشان داده است که شناسایی دیگر مشتریان بر پیوند عاطفی و بر شناسایی رابطه بین مشتری و شرکت تاثیر مثبتی دارد، پیوند عاطفی بر تصویر ذهنی شرکت، شناسایی رابطه بین مشتری و شرکت بر تصویر ذهنی شرکت، تصویر ذهنی شرکت بر وفاداری رفتاری، تصویر ذهنی شرکت بر قصد خرید یا خرید مجدد و تصویر ذهنی شرکت بر رفتارهای مشتری تاثیر مثبتی دارد. ولی پیوند عاطفی بر شناسایی رابطه بین مشتری و شرکت تاثیر مثبتی ندارد

کلمات کلیدی:

تصویر ذهنی شرکت، رفتار مصرف کننده، مشتریان، مشتریان دیگر شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/598876>

