

عنوان مقاله:

تاثیر انواع تبلیغات یک شرکت (برند) در تصمیم خرید مشتریان در بازار

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت در هزاره سوم (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

غلامعلی مسرور - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی

سلیمان باقری کاهکش - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

حمید مجاهد زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

در عصر امروز تبلیغات دیگر به تبلیغات تلویزیونی و روزنامه ای محدود نمی شود. اکنون و در دنیای امروز روش های نوینی برای تبلیغات مورد استفاده قرار می گیرد که نگاهی به این روش های مدرن در ایجاد دیدی گسترده نسبت به این مقوله می تواند بسیار مفید باشد و ایده های کارآمدی را در ذهن فعالان این حوزه ایجاد کند. امروزه تبلیغات و بازاریابی بخشی ضروری از دنیای تجارت را تشکیل می دهد. اگر محصولی خوب یا خدماتی مفید و کارآمد در اختیار داشته باشید، باید از هنر چگونگی فروختن آن نیز برخوردار باشید. مصرف کنندگان فقط یک تصویر از یک برند دارند، که توسط دارایی های برند در اختیار شما می باشد: نام، سنت، بسته بندی، تبلیغات، وضع ارتقاء، قیمت گذاری، پذیرش تجارت، نظم و انضباط نیروی فروش، رضایت مشتری، الگوهای تکرار خرید، و غیره ایجاد شده است. واضح است که برخی از دارایی ها برای بازاریابان محصول نسبت به بازاریابان خدمات مهمتر هستند، و بالعکس. بی توجهی به نکاتی که رابطه برند، مشتری ارابه نموده در بازار و به کار نگرفتن این منافع و خوش بینی که به اینکه رابطه یقینا در دراز مدت ایجاد خواهد شد منجر به شکست می شود. ایده شخصیت واکنشی است به گرایش به ارزش روابط شخصی در جامعه معاصر. آن همچنین به این ایده که روابط در زندگی اجتماعی مهم هستند، اشاره دارد. برحسب سلسله مراتب نیاز های مازلو، آن تلاش می کند تا محصولات خود را به سطوح بالاتری از رضایت نیاز، مثل تعلق، عشق و اعتماد به نفس بالا ببرد. برند یک الزام استراتژیک است که سازمانها را در جهت خلق ارزش بیشتر برای مشتریان و همچنین به ایجاد مزیت های رقابتی پایدار کمک می سازد. تبلیغات به شدت در روند ایجاد شخصیت برای برند استفاده می شود. این منطقی از این واقعیت که شخصیت های برند برای ایجاد تداعی معانی برند مفید هستند نتیجه می شود

کلمات کلیدی:

تبلیغات، برند، تصمیم خرید، مشتریان، بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/625914>

