

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر طرح های بازاریابی تلفن همراه بر نگرش و نتایج رفتاری مشتریان (مورد مطالعه: استان مازندران)

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و ششمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

شجاعی هیکویی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل

حسینی - درونکلایی

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر طرح های بازاریابی تلفن همراه بر نگرش و نتایج رفتاری مشتریان میباشد. جامعه آماری تحقیق حاضر را کلیه استفاده کنندگان از تلفن همراه در استان مازندران تشکیل می دهند که جهت تعیین حجم نمونه لازم از میان آنها به رابطه نمونه گیریکوکران استناد خواهد شد. که تعداد آنها نامحدود میباشد. حجم نمونه از جامعه مورد نظر طبق فرمول کوکران تعداد 384 نفر محاسبه شده است. به منظور جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استاندارد شامل 22 سوال استفاده شد. روایی پرسشنامه توسط استاد راهنما و پایایی آن توسط آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش آزمون کلموگروف اسمیرنوف و مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد طرح های بازاریابی تلفن همراه بر نگرش و نتایج رفتاری منفی مشتریان تاثیرگذار است. همچنین طرح های بازاریابی تلفن همراه بر نگرش و نتایج رفتاری مثبت مشتریان تاثیرگذار است. نتایج حاکی از تاثیر نگرش مثبت مشتریان بر نتایج رفتاری مثبت مشتریان و نگرش منفی مشتریان بر نتایج رفتاری منفی مشتریان است.

کلمات کلیدی:

طرح های بازاریابی تلفن همراه، نگرش، نتایج رفتاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/700658>

