

عنوان مقاله:

اهمیت برند در جذب مشتری، صنعت مبلمان شهری

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی انسجام مدیریت و اقتصاد در توسعه (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

هدی مشرقی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه اسوه واحد تبریزایران

احمدعلی مقتدرزاده - استادیار موسسه آموزش عالی اسوه، تبریز، ایران.

خلاصه مقاله:

در سال های اخیر بسیاری از شرکت ها به این باور رسیده اند که یکی از با ارزش ترین دارایی های آنها برند محصولات و خدمات شرکت می باشد. در دنیای پیچیده و پر چالش امروزی همه افراد چه به عنوان یک فرد و چه به عنوان یک مدیر کسب و کار، با گزینه های روزافزون تلاش برای کاهش زمان تصمیم گیری و انتخاب مواجه هستند. بر این اساس اهمیت برندها در ساده سازی تصمیم گیری مشتری ها، کاهش ریسک و تعریف انتظارات آنها بسیار ارزشمند است. از طرف دیگر با توجه به حضور رقبای قدرتمند در صنعت، شرط موفقیت در بازار بهبود مستمر، شناخت و ایجاد نیاز مشتریان، برآورده کردن آن نیازها از طریق ارایه محصولات با کیفیت و نهایتا جذب آنها که یکی از مهم ترین سرمایه های شرکت به شمار می روند، می باشد. مشتریان به خاطر ارتباط مستقیمی که با اقدامات یک شرکت دارند منبع ارزشمندی برای فرصت ها و تهدیدات با صنعت مربوطه هستند. این مقاله سعی بر آن دارد تا به اهمیت برند در جذب مشتری صنعت مبلمان شهری بپردازد؛ بر اساس نتایج پژوهش برای رشد و رقابت در عرصه اقتصادی شرکت ها باید در صدد جذب مشتری برآیند و نباید از اهمیت برند و تاثیر مستقیمی که می تواند بر بهبود جایگاه شرکت، فروش محصولات، خدمات و همچنین جذب مشتری داشته باشد غافل شد چون همین موضوع به طور فزاینده در حال گسترش می باشد. در دنیای رقابتی امروز هر شرکتی بایستی سعی کند که موجبات رضایت مشتریان خود را فراهم آورد چون افزایش رضایت مشتری منجر به وفاداری و جذب آنها خواهد شد. روش کار و تحقیق این پژوهش بر پایه مطالعات کتابخانه ای و استفاده از منابعی است که همگی حاصل مطالعات میدانی و مبتنی بر روشهای علمی است.

کلمات کلیدی:

اهمیت برند، رضایت مشتری، وفاداری، جذب مشتری، جایگاه شرکت، صنعت مبلمان شهری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/715399>

