

عنوان مقاله:

تاثیر فعالیت های انگیزشی بر ایجاد تصویر و وفاداری به برند با میانجی گری فعالیت های تعاملی مشتریان (مطالعه ای در صنعت مواد غذایی یک و یک ، مهرام ، دلپذیر)

محل انتشار:

سومین کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

فیروزه حاجی علی اکبری - استادیار، دکتری مدیریت بازاریابی، تجارت الکترونیک، عضو هیئت علمی و مدیر گروه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی زنجان

خدیجه حسنی - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی زنجان

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر، تاثیر فعالیت های انگیزشی بر ایجاد تصویر و وفاداری به برند با میانجی گری فعالیت های تعاملی مشتریان می باشد. پژوهش از نظر هدف کاربردی بوده و براساس روش تحقیق توصیفی و شیوه پیمایشی از نوع علی می باشد. همچنین از نظر روش تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی و از نرم افزارهای، لیزرل ، SPSS 24 و از مدل یابی معادلات ساختاری بعنوان یک تکنیک تحلیل چند متغیری، برای آزمون میزان وابستگی روابط بین متغیرها استفاده شده است. برای انتخاب حجم نمونه از روش نمونه گیری تصادفی استفاده شده است که نمونه آماری این تحقیق 384 نفر از مشتریان فروشگاه های استان زنجان می باشد که در این پژوهش پرسشنامه معتبر استفاده شده است که ابزاری برای روایی می باشد و با استفاده از الفای کرونباخ که مقدار آن برابر با 0.906 می باشد و پایایی و روایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت نتایج به دست آمده از تحلیل آماری حاکی از آن است پنج عامل که بر تعاملات مشتریان موثر بوده است به ترتیب فعالیت های انگیزشی، شادی، راحتی، آگاهی از برند، هیجان می باشد و تعاملات مشتریان، تصویر برند، ارزش و کیفیت برند بر وفاداری به برند (خرید مجدد) و تبلیغات دهان به دهان (پیشنهاد به دیگران) موثر بوده است. نتایج و یافته های این تحقیق نشان می دهد که سازمان های معتبر برای تقویت تصویر برند خود ناگزیر از ارتقای سطح کیفیت کالا و محصول خود هستند. این ارتقا کیفیت فرایندی مداوم و مستمر بوده و ارایه همزمان یک کالای با کیفیت و مناسب می تواند زمینه موفقیت شرکت را فراهم آورد و در پایان نیز پیشنهاداتی در راستای نتایج بدست آمده ارایه گردیده است.

کلمات کلیدی:

فعالیت های انگیزشی، تعاملات مشتریان، وفاداری به برند، تصویر برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/743348>

