

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر ایجاد وفاداری مشتریان در بازاریابی آنلاین

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در تربیت بدنی، علوم ورزشی و قهرمانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

حامد اصلی بیگی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش، بررسی و شناخت عوامل موثر بر ایجاد وفاداری در بازاریابی آنلاین است. به این منظور 20 مقاله ی داخلی و خارجی در بازه ی زمانی سال های 90 تا 95 (2011-2016) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. که نتایج نشان داد اعتماد به فروشندگان و رضایت مشتریان از جمله عوامل پیشبرنده ی وفاداری در بازاریابی آنلاین هستند و همچنین ریسک درک شده و عدم حفظ حریم خصوصی افراد دو عامل بازدارنده ی ایجاد وفاداری در بازاریابی آنلاین هستند

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/744057>

