

عنوان مقاله:

نقش رهبری مدیران رده بالا و عملکرد پرسنل در پروسه برند سازی داخلی

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی کاربردهای حسابداری و مدیریت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسنده:

محمدعلی سیف - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد MBA دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف، تهران، ایران،

خلاصه مقاله:

کیفیت خدمات سازمان ها در سرویس های که با مشتریان ارتباط و تماس نزدیکی دارد تا حد زیادی به عملکرد پرسنل مربوط است. مطالعات گذشته تاثیر تعهد پرسنل روی عملکردهای حامی برند را بررسی کرده است اما تا کنون مشخص نشده چه عاملی پرسنل را به سمت تعهد به برند سوق می دهد. پژوهش حاضر رهبری برند گرای رهبران رده بالا سازمان را در نقش یک هدایت کننده مهم پروسه برندسازی درون سازمانی و یک پیش بینی کننده غیر مستقیم تعهد پرسنل، تحلیل می کند. همچنین سه میانجی در مورد آنکه مدیریت برندگرا چطور پایبندی و احترام به برند را کنترل می کند، تجزیه و تحلیل می شود. به وسیله نمونه دویست و بیست و شش نفری از پرسنل شاغل در هتل های پنج ستاره کیش، نتایج مشخص کرد که فرضیه درباره سه عامل میانجی دانش پرسنل از برند، هم سنخ بودن شخصیت پرسنل با تعهد و شخصیت برند و وجود عهد ذهنی با برند، کاملا رابطه میان رهبری برندگرا و متعهد بودن به برند صحیح است. یافته های این پژوهش جایگاه مهم و رهبری مدیران رده بالا سازمان در برند سازی داخلی و اثر آن در رسیدن به دلبستگی حسی پرسنل به برند را تایید می کند. به علاوه یافته های این پژوهش نشان می دهد به هدف بالا بردن تعهد، لازم است رهبران، پرسنل را به یادگیری اطلاعات و مفاهیم در حوزه برند و تسهیم ارزش های یکسان با برند مجبور نمایند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، برندسازی داخلی، رهبری برند گرا، رهبران رده بالا، عملکرد پرسنل برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/807457>

