

عنوان مقاله:

بررسی نقش تبلیغات در معرفی و فروش زعفران مورد مطالعه: مصرف کنندگان زعفران بازار رضای شهر مشهد

محل انتشار:

پنجمین همایش ملی زعفران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

مهدی جهان شیری - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-گرایش بازرگانی، مدرس مدعو دانشکده فنی مهندسی دانشگاه تربیت مدرس؛

خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق بررسی نقش تبلیغات در معرفی و فروش زعفران به مصرف کننده نهایی در شهر مشهد بوده است. جامعه آماری عبارت است از کلیه خریداران زعفران بازار رضای شهر مشهد که در سال 1396 در شهر مشهد ساکن بودند و برای خرید زعفران به این بازار مراجعه نمودند. در این پژوهش، 384 بهعنوان نمونه انتخاب شدند. تحقیق به روش پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته اجرا شده است. افراد مورد نظر به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. نتایج تحقیق نشان داد که تبلیغات دهان به دهان مشتریان، شرکت تولیدکنندگان و فروشندگان عمده زعفران در نمایشگاه های داخلی و بین المللی، تبلیغات تولیدکنندگان و فروشندگان زعفران از طریق تلویزیون و روزنامه و تبلیغات از طریق شبکه های اجتماعی مجازی و تشکیل کانال های مجازی در معرفی و افزایش فروش محصولات زعفران به مصرف کننده نهایی تاثیر مثبت و معناداری داشته است و فروشندگان زعفران میتوانند از این روشها محصول خود را بهتر به مشتریان و مصرف کنندگان زعفران معرفی نموده و میزان فروش خود را بالا ببرند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، تبلیغات، تلویزیون، زعفران و شبکه های اجتماعی مجازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/830589>

