

عنوان مقاله:

برند و رفتار خرید مشتریان

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی مدیریت بازرگانی، کارآفرینی و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

فاطمه اسلامی - دکتری مدیریت آموزشی، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

خلاصه مقاله:

برند، نماد و هویت یک کسب و کار است که با مشتری سخن می گوید. هر کسب و کاری با هر اندازه ای، برای موفقیت در توسعه و فروش هر چه بیشتر خدمات و محصولات خود نیاز به یک برند قوی و قدرتمند دارد. چرا که وجود برند، موجب شناسایی و تشخیص یک کسب و کار شده، شهرت، سندیت و اعتبار را برای کسب و کار به همراه می آورد و از همه مهمتر، به ایجاد ارتباط با مشتری کمک میکند. به نظر فیلیپ کاتلر و گری آرمسترانگ، دو تن از تاثیرگذارترین نویسندگان حوزه کسب و کار، برندهای قوی و نیرومند در مقایسه با برندهایی که شهرت کمتری دارند، اعتماد و آسایش بیشتر و تصویر ذهنی بهتری در خصوص کیفیت ارائه میکنند و افراد، مایل و حاضر هستند تا اضافه بهایی را بابت برند قوی بپردازند. بنابراین، صاحبان کسب و کار برای داشتن یک برند قوی و در عین حال مستحکم باید به ویژگی هایی همچون شناخت مشتری، منحصربه فرد بودن، انگیزه و اشتیاق به برند و کسب کار خویش، ثبات و پایداری در کیفیت، ایجاد فضای رقابتی، مدیریت و رهبری صحیح توجه و عمل نمایند.

کلمات کلیدی:

برند، رفتار خرید، مشتری.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/920329>

