

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر موفقیت تبلیغات برند (مطالعه موردی: شرکت تبلیغاتی فراز)

محل انتشار:

هفدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

آذرنوش انصاری - استادیار دانشگاه اصفهان

الهه سیدکاوسی - دانشجوی کارشناس ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه اصفهان

هاجر صفری - دانشجوی کارشناس ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه اصفهان

شهناز سیروانی - دانشجوی کارشناس ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه اصفهان

خلاصه مقاله:

گسترش روزافزون محصولات و نام های تجاری گوناگون، موفقیت تبلیغات را تحت تاثیر فاکتورهای متنوعی قرار داده است. هدف این پژوهش کشف روابط بین این متغیرها با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) است. این پژوهش با توجه به هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش کارکنان یک شرکت تبلیغاتی در استان تهران هستند. تعداد ۱۰۰ نفر به روش نمونه گیری تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند. جهت سنجش روایی پرسشنامه از روایی محتوایی و روایی سازه استفاده و بر اساس نتایج مدلسازی معادلات ساختاری روابط بین متغیرهای این پژوهش مورد تایید قرار گرفته است. با توجه به نتایج بدست آمده، پیام تبلیغاتی و خلاقیت، انتخاب رسانه، تحقیقات بازار، رقابت، سهم بازار، منحصر بفرد بودن، ارتباط با مشتری بطور معناداری با موفقیت تبلیغات برند ارتباط دارند. یافته های این پژوهش منجر به درک بهتری از مکانیسم های تبلیغات و ارتباطات بازاریابی می گردد که مبنای قابل قبول برای افزایش سطح عملکرد شرکت های تبلیغاتی است.

کلمات کلیدی:

برند، تصویر ذهنی برند، تبلیغات، معادلات ساختاری.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1687346>

