

عنوان مقاله:

بررسی مقایسه‌ای اثربخشی روشهای تبلیغات تجاری از دیدگاه مشتریان صنعت لوازم خانگی در شهر تبریز

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی جهت گیری های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

محمد حقیقی - دانشیار، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

علی ستاری - استادیار، موسسه آموزش عالی نبی اکرم

سولماز حضرتقلی‌زاد - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته‌ی MBA، موسسه آموزش عالی نبی اکرم

خلاصه مقاله:

به کارگیری روشهای مناسب و مؤثر تبلیغاتی، نقش بزرگ و انکار ناپذیری را در فرآیند بازاریابی و فروش محصولات ایفا مینماید و میتواند در مصرف بهینه بودجهی اختصاص یافته به منظور تبلیغات، بسیار مؤثر واقع گردد. بنابراین ما نیز در این تحقیق سعی کرده ایم با استفاده از مدل آیدا، اثربخشی روشهای مختلف تبلیغات تجاری در صنعت لوازم خانگی را که یکی از صنایع فعال و پویای کشورمان است، از دیدگاه مشتریان مورد بررسی قرار دهیم و اولویت بندی مناسبی را در این زمینه پیشنهاد دهیم. برای دستیابی به اهداف مورد نظر، ابتدا به بررسی اثر بخشی هر یک از روشهای تبلیغاتی شامل تبلیغات تلویزیونی، تبلیغات در روزنامهها و مجلات، تبلیغات محیطی و تبلیغات اینترنتی، توسط آزمونهای علامت تک نمونه‌ای و ویلکاکسون تک نمونه‌ای پرداخته ایم، سپس برای اولویت بندی این روشها از آزمون فریدمن استفاده کردیم. نتایج حاصل از آزمونها، گویای این است که از نظر مردم شهر تبریز در صنعت لوازم خانگی، با در نظر گرفتن معیارهای جلب توجه و ایجاد علاقه، به ترتیب تبلیغات تلویزیونی، تبلیغات محیطی، تبلیغات اینترنتی و تبلیغات در روزنامهها و مجلات بیشترین تاثیرگذاری را در مخاطبان دارند. با در نظر گرفتن معیار ایجاد تمایل، به ترتیب تبلیغات اینترنتی، تبلیغات تلویزیونی، تبلیغات در روزنامهها و مجلات و تبلیغات در مجلات و تبلیغات محیطی بیشترین تاثیرگذاری را در مخاطبان دارند. با در نظر گرفتن معیار اقدام به خرید به ترتیب تبلیغات تلویزیونی، تبلیغات اینترنتی، تبلیغات در روزنامهها و مجلات و تبلیغات محیطی بیشترین تاثیرگذاری را در مخاطبان دارند و در کل با در نظر گرفتن مجموع معیارهای فوق به ترتیب تبلیغات تلویزیونی، تبلیغات اینترنتی، تبلیغات محیطی و تبلیغات در روزنامهها و مجلات بیشترین تاثیرگذاری را در مخاطبان دارند.

کلمات کلیدی:

تبلیغات، اثربخشی، لوازم خانگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/454684>

