

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر خدمات پس از فروش بر تصویر برند و تثبیت جایگاه برند

چکیده

سرعت، پیچیدگی و نابسندگی داده های دنیای امروز، شدت رقابت بین کسب و کارها را افزایش داده و به همان اندازه انتخاب را برای مشتریان دشوارتر و سخت تر کرده است. تنها راه حل برای جذب و نگهداشت مشتریان در این بازار پر تلاطم و آشفته، تغییر ذهن، تسخیر قلب و ایجاد جایگاه و پایگاه شایسته در ذهن مخاطب است و آن ایجاد نمی شود مگر با برند شدن. عصر حاضر عصر برند و برندینگ می باشد. یکی از استراتژی های انتقال مفاهیم هویتی برند و ایجاد تداعیات و تصویر برند در ذهن مشتریان، خدمات پس از فروش است. خدمات پس از فروش می تواند به عنوان یکی از تاثیرگذارترین نقطه تماس با مشتریان در ایجاد تصویر برند و تثبیت جایگاه برند نقش بسیار مهمی داشته باشد. در این مقاله با مرور نظریه ها، تحقیقات و مقالات، به بررسی رابطه بین خدمات پس از فروش و تصویر برند و به تبع آن جایگاه برند پرداخته و با طرح فرضیه هایی در این خصوص، مطالعه ای به صورت موردی برای گروه سلولزی گلستان انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق، مشتریان این گروه بوده و براساس نتایج به دست آمده رابطه معنادار و مثبت بین ارائه خدمات پس از فروش و ایجاد تصویر برند و همچنین تثبیت جایگاه برند وجود دارد.

کلیدواژه ها: خدمات، خدمات پس از فروش، مشتری، برند، هویت برند، تداعیات برند، تصویر برند، جایگاه برند