

## چکیده:

امروزه یکی از باارزش ترین دارایی های هر شرکتی را ارزش ویژه نام نشان تجاری تشکیل میدهد. شرکتهای دارای جایگاه بالا در ارزش ویژه نام نشان تجاری در ذهن مشتریان، به راحتی میتوانند در میان دیگر شرکتهای در صنعت مربوط به خودشان سودآور تر تلقی گردند. همچنین ارتباطات در بازاریابی نقش عمده ای در ایجاد ارزش برای نام های تجاری مختلف ایفا مینماید و با افزایش ارتباطات بین شرکتهای و مشتریان آنها بر قدرت و ارزش نام تجاری این شرکت ها افزوده میشود. از میان ابزارهای مختلف ارتباطی، تبلیغات رسانه ای و غیر رسانه ای همواره دارای نقش کلیدی بوده اند. هدف از این مقاله تاثیر تبلیغات رسانه ای و غیررسانه ای بر ارزش ویژه نام تجاری شرکت های خدماتی استان گیلان و ابعاد مختلف آن مانند کیفیت ادراک شده، تداعی نام، وفاداری به نام تجاری و درنهایت آگاهی از نام تجاری بوده است. نتایج حاصل از این بررسی نشان داده است که فعالیتهای تبلیغاتی رسانه ای و غیر رسانه ای دارای ارتباط و تاثیرات مثبت بر ارزش ویژه نام تجاری در شرکت های خدماتی بوده اند. از اینرو به منظور تقویت ارزش نام و نشان تجاری در شرکت های خدماتی بر روی عوامل مذکور دقت نظر لازم را اعمال نمایند.

جامعه آماری این تحقیق را مشتریان شرکت های خدماتی استان گیلان می باشد که به روش پرسشنامه ای جمع آوری شد. این تحقیق از نظر هدف از نوع کاربردی و از لحاظ روش از نوع توصیفی، از شاخه پیمایشی است؛ از نظر جمع آوری داده ها، تحقیق میدانی محسوب می شود.

واژگان کلیدی: تبلیغات رسانه ای، تبلیغات غیر رسانه ای، شرکت های خدماتی، نام تجاری