

چکیده

امروزه، یکی از ابزارهای مهم، گسترده و پرکاربرد ارتباطی، تلفن همراه می باشد. تعهد مشتریان به برندهای گوش های تلفن همراه به منظور کسب حداکثر سود و تأثیر آن جهت ادامه فعالیت شرکت در دنیای فرا رقابتی امروز بیش از پیش، توجه مدیران برند و بازاریابان را به خود جلب کرده است. در این راستا هدف اصلی تحقیق بررسی تاثیر هویت و ارتباط برند بر جذابیت برند و تعهد مشتری به برند است. پژوهش جاری از نوع پژوهش های کاربردی و از نظر دسته بندی پژوهش بر حسب نحوه ی گردآوری داده ها از نوع تحقیقات توصیفی است. جامعه آماری پژوهش تمامی مشتریان گوشی های تلفن همراه در استان گیلان می باشد. روش نمونه گیری در این تحقیق از نوع روش نمونه گیری سهمیه ای - غیر احتمالی در دسترس می باشد. تعداد نمونه ی مورد مطالعه در این تحقیق ۳۲۸ نفر از مشتریان است. برای تجزیه و تحلیل داده های حاصل از توزیع پرسشنامه از تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است و به طور کلی تمامی تجزیه و تحلیل داده ها از طریق نرم افزارهای SPSS و PLS انجام شده است. نتایج نشان داد که وجهه برند بر جذابیت برند و تعهد مشتری تاثیر دارد. ضمن اینکه تمایز برند بر جذابیت برند و تعهد مشتری هم تاثیر دارد. تاثیر تداعی برند بر جذابیت برند و تعهد مشتری تایید شد. همچنین تاثیر تجربه برند بر جذابیت برند و تعهد مشتری هم مورد تایید قرار گرفت و فرضیه آخر تحقیق که تاثیر جذابیت برند بر تعهد مشتری بود، هم تایید شد.

واژگان کلیدی : تعهد مشتری، جذابیت برند، هویت برند، ارتباط برند، گوش های تلفن همراه