

# بررسی بازاریابی ویروسی در شبکه ها و رسانه های اجتماعی بر قصد خرید مشتریان (مورد مطالعه: مشتریان شبکه های اجتماعی تلگرام و فیس بوک)

آرزو بابایی \*,176,

1396-8-9

بازاریابی ویروسی و تبلیغات ویروسی یکی از استراتژی‌های نوین بازاریابی می‌باشد که از شبکه‌های اجتماعی موجود برای افزایش آگاهی در مورد برند یا اهداف دیگر شرکت مانند افزایش فروش و... از طریق فرآیندهای ویروسی استفاده می‌کنند. امروزه اینترنت یکی از ابزارهای مهم و اساسی بازاریابی به شمار می‌رود و با توجه به رهیافتهای الکترونیکی نوین، نگاه‌ها به بازاریابی ویروسی اینترنتی بصورت گسترده‌ای رو به افزونی یافته است. بنابراین با توجه به اهمیت بازاریابی ویروسی در استراتژی‌های نوین بازاریابی در صنعت و استفاده از اینترنت در ایران به طور چشمگیری افزایش داشته است. پس از تعیین و شاخصهای مرتبط با متغیرهای مستقل و میانجی و وابسته حاصل از ادبیات پژوهش و تایید خبرگان، پرسشنامه تهیه شده در این تحقیق به تعداد 337 نفر از کاربران شبکه های اجتماعی تلگرام و فیس بوک در شهر رشت توزیع گردید. با انجام تحلیلهای آماری توسط تکنیک تحلیل مسیر در محیط نرم افزار PLS و SPSS مشخص گردید و به این نتیجه رسیدیم که تمامی متغیرهای بازار یابی ویروسی بر قصد خرید مشتریان تاثیر دارد.

کلمات کلیدی : لغات کلیدی: ،بازاریابی ویروسی، شبکه های اجتماعی، تلگرام، فیسبوک

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)