



مروری بر مفهوم جذابیت برند و مزایای آن

عظیم حسینی ججین، مجتبی خسنود قشلاقی

۱. دانشجوی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی، واحد اردبیل، دانشگاه مقدس اردبیلی، اردبیل، ایران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، بازاریابی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، Mojtaba_khoshnood@yahoo.com

چکیده

جذابیت برند تصور حاصل از توانایی لازم برای تامین آنچه مالکیتش مورد علاقه مشتریان است، قدرت اجتماعی برند نامیده می شود. تعداد قابل توجهی از مشتریان حتی در صورتی که کالاهای جانشین دیگری با قیمت های پایین تری در بازار عرضه شود، متقاضی همین اسامی تجاری خواهند بود و کالاهای جانشین را نخواهند پذیرفت. جذابیت برند، تصور مثبت مشتریان نسبت به توانایی های یک شرکت در تامین خواسته های مورد علاقه آنها می باشد که مبتنی بر ویژگی های محصولات و خدمات و برانگیختگی علایق مشتری می باشد. اطلاعات مهم در یک پیام منجر به انگیزش مصرف کنندگان نمی شود بلکه تحریک احساسات منجر به انگیزش مصرف کنندگان می شود. جذابیت ظاهری منطقی از طریق استدلال منطقی عمل میکند و از طریق تفکر منجر به تغییر رفتار و اعتقاد مصرف کننده نسبت به برند میشود و در مقابل جذابیت ظاهری احساسی فرد را از نظر روانی بر می انگیزاند و منجر به تغییر نگرش و همچنین رفتار فرد می شود.

کلید واژه ها: برند، جذابیت برند، مزایای برند

مقدمه

چگونگی ایجاد یک برند قوی موضوعی است که به تازگی در ادبیات تحقیق مورد بحث بوده است هی^۱ و همکاران، (۲۰۱۴) به تازگی، پژوهشگران پیشنهاد نموده اند که مدیریت جذابیت برند شرکتهای بزرگ نشان دهنده یکی از جنبه های بسیار مهم برندسازی برای شرکتهای