

تأثير عوامل العلامة التجارية على ولاء الزبون"دراسه على شركات الاتصالات في الاردن"

إعداد

مها رشدي بكر

إشراف الدكتور

نافز نمر علي

الهدف: لقد هدفت الدراسة الحالية الى معرفة تأثير عوامل ذات صلة بالعلامة التجارية على ولاء العميل لشركات الاتصالات الاردنية (زين ، و امنية و اورانج) ، وتشمل هذه العوامل: (صورة العلامة التجارية ، و المصداقية و سهولة الوصول و جودة الخدمة).

المنهجية: تعتمد الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي ، و لقد تم اعتماد هذا المنهج لمعرفة طبيعة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة. بعبارة أخرى ، لقد تم اعتماد هذا المنهج لدراسة العلاقة ما بين العوامل ذات صلة بالعلامة التجارية و ولاء العميل لشركات الاتصالات الاردنية.

يتكون مجتمع الدراسة الحالية من جميع عملاء شركات الاتصالات الاردنية. أما عينة الدراسة ، فلقد اختارت الباحثة عينةً مسيرة (غير عشوائية) ، وتتكون العينة من خمسمائة (500) عميل ، وجميعهم يعيشون في عمان ، ولقد تم استخدام استبيان لجمع البيانات ، وتم توزيع نماذج الاستبيان على كافة افراد العينة. ولكن ، تم استرجاع ثلاثمائة وثمانية وخمسون (385) نموذجاً ، وتعد جميع هذه النماذج صالحة لغايات التحليل الاحصائي. بالتالي، تبلغ نسبة الاسترداد (77 %). لقد تم تحليل البيانات التي تم جمعها عبر الاستبيان احصائيا عن طريق برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) / الاصدار رقم 22.

الخلاصة: لقد توصلت الباحثة الى وجود اثر ذو دلالة احصائية لكلٍ من صورة العلامة التجارية ، و المصداقية و سهولة الوصول و جودة الخدمة على ولاء العميل لشركات الاتصالات الاردنية ، ولقد توصلت الباحثة الى وجود وعيٍ كبير لدى افراد العينة بأهمية كل عاملٍ من هذه العوامل. و يُعزى هذا المتسوى العالي من الوعي للتعليم الجيد الذي قد تلقاه افراد العينة. اضافة لذلك ، لقد توصلت الباحثة الى وجود اثرٍ ضعيف ذو دلالة احصائية لصورة العلامة التجارية على ولاء العميل لشركات الاتصالات الاردنية.

التوصيات: توصي الباحثة بالقيام بتقييم آراء العملاء بشكل دوري من قبل الشركات ، و ذلك للقيام بإجراء التعديلات الضرورية. ان هذا سيساهم في تحسين صورة العلامة التجارية و جودة الخدمات المقدمة ، و زيادة الارباح.

الكلمات المفتاحية: صورة العلامة التجارية ، المصداقية ، سهولة الوصول ، جودة الخدمة ، ولاء العميل ، عوامل ذات صلة بالعلامة التجارية