

تجربه نوستالژیک برند و بازاریابی دهان به دهان

نویسندگان

محمد حسن رزاقی

لطیفه خسرو دوست

فرزانه احسانی

سرشناسه	:	رزاقی، محمدحسن، ۱۳۶۸-
عنوان و نام پدیدآور	:	تجربه نوستالژیک برند و بازاریابی دهان به دهان/ نویسندگان محمدحسن رزاقی، لطیفه خسرو دوست، فرزانه احسانی.
مشخصات نشر	:	تهران: دانشگاه کارآفرین، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۶۴ ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۶۹۸۹-۳۳-۶
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۵۱.
موضوع	:	آگهی های تبلیغاتی شفاهی
موضوع	:	Word- of-mouth advertising
موضوع	:	برندسازی (بازاریابی)
موضوع	:	Branding (Marketing)
شناسه افزوده	:	خسرو دوست، لطیفه، ۱۳۵۶-
شناسه افزوده	:	احسانی، فرزانه، ۱۳۶۵ -
رده بندی کنگره	:	HF۵۸۲۷/۹۵
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابشناسی ملی	:	۴۴۱۶۵
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	فیا



تجربه نوستالژیک برند و بازاریابی دهان به دهان

محمدحسن رزاقی - لطیفه خسرو دوست

فرزانه احسانی

چاپ اول : ۱۴۰۰

قیمت: ۵۰,۰۰۰ تومان

صفحه آرا: عارفه داودی

ناشر : دانشگاه کارآفرین

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

ویراستار : نرگس سقازاده

تلفن انتشارات: ۰۲۱۸۸۴۵۵۲۴۶ - ۰۹۱۰۷۵۵۶۷۰۵

سفرارش اینترنتی کتاب : www.Enun.ir

فهرست مطالب شماره صفحه

فصل اول : تجربه برند ۷

تجربه برند ۷

نمونه‌هایی از تجربه برند ۸

فعالیت بازاریابی و تجربه مشتری ۱۰

تجربه نوستالژیک برند ۱۲

ارزش ویژه ۱۳

ارزش ویژه مشتری ۱۴

عشق به برند ۱۸

فناوری‌های تعاملی ۲۰

فصل دوم : بازاریابی دهان‌به‌دهان ۲۵

تاریخچه بازاریابی دهان‌به‌دهان ۲۵

بازاریابی دهان‌به‌دهان ۲۷

مفاهیم و مدل‌سازی بازاریابی دهان‌به‌دهان ۳۰

مدل تأثیرگذاری ارگانیک درون-مصرفی ۳۱

مدل تأثیرگذاری بازارباب خطی ۳۱

مدل شبکه‌ی همسازی ۳۲

بازاریابی دهان‌به‌دهان الکترونیکی ۳۳

مشتری محوری و انتخاب راهبرد بازاریابی ۳۶

مکانیسم‌های روان‌شناختی ۳۹

حس کنترل مالکیت ۴۲