

营销与服务

基于映像理论视角的顾客心理契约中商家“责任”认知机理研究

万映红,岳英,胡万平

1.西安交通大学管理学院; 2.西安交通大学管理教学实验中心

摘要: 基于映像理论,从顾客视角分析关系建立期顾客内心对商家“责任”认知的阶段特性、认知映像依据、认知抉择准则等。在此基础上,提出了顾客对于商家“责任”认知过程的模型及假设;以民航服务为背景进行实证验证,发现顾客心理对于商家“责任”存在非补偿和补偿2类要素。最后,讨论了研究结果及管理启示,为商家适时有效地传递承诺及实施营销提出建议。

关键词: 映像理论 顾客心理契约 服务商责任 决策机理

Cognitive Mechanism of Business Responsibility in Customer Psychological Contract: Based on Image Theory

WAN Yinghong, YUE Ying, HU Wanping

Xi'an Jiaotong University, Xi'an, China

Abstract: With image theory, from the individual perspective, the paper analyzes customers' cognitive process on business responsibility and cognitive changes in image characteristics during the relationship building period. Then business responsibility forming model is built and assumptions are proposed. Taking airline service as the experimental background, the study proves the assumptions and then discovers two sets of elements impacting on customer's cognition of business responsibility. The results are discussed and managerial implications helped businesses to make commitment timely and develop relevant marketing strategies effectively.

Keywords: image theory customer psychological contract business responsibility decision making mechanism

收稿日期 2011-06-01 修回日期 网络版发布日期

DOI:

基金项目:

国家自然科学基金资助项目(70471036; 70771086)

通讯作者: 万映红(1962~),女,湖南浏阳人。西安交通大学(西安市710049)管理学院副教授,博士。研究方向为管理决策理论、客户关系管理。

作者简介:

作者Email: wanyh@mail.xjtu.edu.cn

参考文献:

本刊中的类似文章

文章评论

扩展功能

本文信息

- Supporting info
- PDF(1619KB)
- [HTML全文]
- 参考文献[PDF]
- 参考文献

服务与反馈

- 把本文推荐给朋友
- 加入我的书架
- 加入引用管理器
- 引用本文
- Email Alert
- 文章反馈
- 浏览反馈信息

本文关键词相关文章

- 映像理论
- 顾客心理契约
- 服务商责任
- 决策机理

本文作者相关文章

PubMed

| | | | |
|------|----------------------|------|-----------------------------------|
| 反馈人 | <input type="text"/> | 邮箱地址 | <input type="text"/> |
| 反馈标题 | <input type="text"/> | 验证码 | <input type="text" value="6973"/> |