

【作者】	华立群, 顾峰
【单位】	上海交通大学安泰经济管理学院, 上海
【卷号】	35
【发表年份】	2007
【发表刊期】	1
【发表页码】	306 - 307
【关键字】	品牌忠诚; 驱动因素; 模型
【摘要】	<p>随着市场竞争的日趋激烈和顾客争夺成本的提高, 培育和维护消费者的品牌忠诚已经成为企业越来越重要的营销任务。如何从驱动品牌忠诚的关键因素入手来找到创建消费者品牌忠诚的最佳方法是摆在每个企业管理者面前的问题。试图通过对国外有关品牌忠诚关键驱动因素模型研究的介绍, 引导国内的管理实践者找到适合自己企业的提高消费者品牌忠诚之道。</p>
【附件】	 PDF下载 PDF阅读器下载

关闭