



انتخاب برند و وفلاسی

شواهد به دست آمده از ریز داده‌های ثبت خودرو در سوئیس

مؤلف: بت میر

مترجمین: میثم نصیری - امیرحسین کاظم الماسی

سرشناسه

: مایر، بیت

Meier, Beat

عنوان و نام پدیدآور

: انتخاب برند و وفاداری : شواهد به دست آمده از ریزداده‌های ثبت

خودرو در سوئیس / مولف بت مییر ؛ مترجمین میثم نصیری،

امیرحسین کاظم‌الماسی.

مشخصات نشر

: تهران: انتشارات صالحیان، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری

: ۱۱۰ ص.: جدول.

شابک

: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۴-۵۸۳-۵

وضعیت فهرست نویسی : فیپا

یادداشت : عنوان اصلی: Brand choice and loyalty : evidence from

.Swiss car registration microdata, 2020

عنوان دیگر: : شواهد به دست آمده از ریزداده‌های ثبت خودرو در سوئیس.

موضوع

: مارک‌های مشهور

موضوع

: Brand choice

موضوع

: مارک‌گرایی

موضوع

: Brand loyalty

شناسه افزوده

: نصیری، میثم، ۱۳۶۱ - مترجم

شناسه افزوده

: کاظم‌الماسی، امیرحسین، ۱۳۷۱ - مترجم

رده بندی کنگره

: H۳۹۰/۲

رده بندی دیویی

: ۸۰۰/۸۳۲

شماره کتابشناسی ملی

: ۷۲۱۱۳۱۶

انتخاب برند و وفاداری

شواهد به دست آمده از ریزداده‌های ثبت خودرو در سوئیس

■ نویسنده: بت مییر

■ مترجمین: میثم نصیری - امیرحسین کاظم‌الماسی

■ ناشر: صالحیان

■ سال و نوبت چاپ: ۱۳۹۹ - اول

■ شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۴-۵۸۳-۵

دفتر انتشارات: میدان انقلاب-کارگر جنوبی-کوچه شهدای ژاندارمری-پلاک ۱۲۷-واحد ۳

تلفن: ۶۶۹۷۹۳۰۰ - ۰۹۱۹۰۸۱۰۱۴۲

سایت انتشارات: www.pubsalehivan.ir



فهرست مطالب

۷.....	فصل ۱: مقدمه
۸.....	انگیزه
۱۱.....	اهداف
۱۳.....	بررسی نظریات
۱۴.....	مشارکت و همکاری
۱۷.....	فصل ۲: باینیه مرتبط و روش‌ها
۲۰.....	تئوری تصمیم‌گیری
۲۴.....	انتخاب برند
۲۷.....	وفاداری به برند و محرک‌های آن
۳۰.....	دلایل تغییر
۳۱.....	مدل‌سازی انتخاب
۳۵.....	روش‌های به کاررفته
۳۵.....	زنجیرهای مارکوف
۳۷.....	احتمالات شرطی
۳۹.....	تجزیه و تحلیل رگرسیون لجستیک
۳۹.....	آزمون دقیق فیشر
۴۱.....	فصل ۳: فرضیه‌ها
۴۳.....	تأثیر انتخاب قبلی بر انتخاب برند فعلی
۴۴.....	جمعیت شناختی وفاداری
۴۵.....	ویژگی‌ها و قیمت محصولات
۴۷.....	اکولوژی
۵۰.....	تعویض برند در شرکت‌های دارای چند برند
۵۱.....	شخصیت و وفاداری به برند
۵۳.....	فصل ۴: داده‌ها
۵۴.....	داده‌های خام و ویژگی‌ها

۵۴.....	ثبت داده‌های خودرو
۵۵.....	Eurotax
۵۶.....	دفتر آماری کانون زوریخ
۵۶.....	طرح
۵۷.....	مجموع و پردازش بیشتر
۶۰.....	آمار توصیفی
۶۱.....	آمار
۶۴.....	مهم بازار از نمانام‌ها
۷۱.....	فصل ۵: نتایج
۷۲.....	تأثیر برند قبلی بر انتخاب برند فعلی
۷۹.....	ویژگی‌های جمعیتی وفادار
۸۳.....	ویژگی‌ها و قیمت محصولات
۸۹.....	بوم‌شناسی
۹۷.....	تعویض نمانام‌ها در شرکت‌های چند برند
۹۹.....	وفاداری و هویت برند
۱۰۰.....	خلاصه‌ی نتایج
۱۰۱.....	فصل ۶: نتیجه‌گیری
۱۰۲.....	مروری بر نکات کلیدی
۱۰۳.....	عواملی مدیریتی
۱۰۵.....	بحث
۱۰۷.....	راه‌های تحقیقاتی آینده