



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

به کارگیری شخصیت برند در راستای advergaming (تبلیغات در بازی ها) :
تاثیر ویژگی های شرکت روی ویژگی advergaming

عنوان انگلیسی مقاله :

An application of brand personality to advergaming:

The effect of company attributes on advergaming personality



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

5.2. Managerial implications

From a practical standpoint, the findings in the present study can help advertisers identify potential problems with their advergames and provide new insights into ways to advertise through digital games. For example, determining which type of advergames is suitable for which types of product categories. Under which conditions does the congruity of the companies with the advergames lead to positive effects of advertising on purchase probabilities? Which game features need to be taken into consideration? As brand personality has many benefits for advertisers, including an increase in consumer loyalty and trust (Fournier, 1998), and the ability to increase consumers' preference towards the brand (Sirgy, 1982), we believe that firms should recognize AP as effective ways of creating brand differentiation and generating consumers' positive behavioral intentions.

پیشنهادهای مدیریتی

از دیدگاه کاربردی، نتایج پژوهش حاضر می‌تواند به تبلیغ‌کنندگان در شناسایی مسائل بالقوه در ارتباط با بازی‌های جنگی خویش کمک شایانی کرده و نگرش جدید در روش‌های فعلی از طریق بازی‌های دیجیتال به ارمغان آورد. برای مثال، تعیین اینکه کدامین نوع از بازی‌های جنگی برای کدام نوع از دسته‌بندی محصول مناسب است، از این جمله موارد است. در چه شرایطی شرکت‌ها می‌توانند با بازی‌های جنگی خود که به نوبه خود اثر مثبت تبلیغات روی ویژگی‌های خرید می‌گردد، به موفقیت دست یابند؟ کدامین ویژگی بازی باید در این دسته‌بندی لحاظ گردد؟ از آنجایی که ویژگی‌های برند سودمندی زیادی را برای تبلیغ‌کنندگان دارد، دربرگیرنده افزایش در وفاداری و اعتماد مشتریان (Fournier, 1998)، توانایی به منظور افزایش ترجیحات مشتری در راستای برند است (Sirgy, 1982). ما براین باوریم که شرکت‌ها باید ویژگی‌های بازی‌های جنگی را به عنوان راه‌های ایجاد تمایز برند و ایجاد مقاصد رفتاری مثبت مشتری شناسایی کنند. به‌ویژه، نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان‌دهنده راه‌حل‌های پیشنهادی برای تبلیغ‌کنندگان است که ویژگی‌های شخصیتی از ارزش بالایی برخوردارند و لازم‌الاجرا هستند.



توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه می‌باشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.