



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

استراتژیهای برند لوکس و تجربیات مشتریان: کمک به تئوری و عمل

عنوان انگلیسی مقاله :

Luxury brand strategies and customer experiences:

Contributions to theory and practice



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

4.3. Customer emotions and their triggers in luxury retail: an attempt to understand the effects of customer emotions before and after entering a luxury shop

Kim, Park, Lee, and Choi (in this issue) next look at the pre and post retail shopping experiences of luxury fashion consumers. They examine the impact of specific customer emotions on their evaluation of service quality and subsequent attitudes toward the brand, before and after shopping at a luxury retail store. Surveying respondents in Korea, they find that the emotions experience by consumers vary on the level of brand familiarity at the shopping motive that the consumer has prior to and after entering the store. This provides great insight for luxury brands to better anticipate consumers' behavior throughout their shopping experience at the store; and take steps to improve the store and service experience for consumers.

3. 4. احساسات و هیجانات مشتریان و محرک های آنها در خرده فروشی لوکس: تلاش برای درک و فهم اثرات احساسات مشتریان قبل و بعد از ورود به فروشگاه لوکس

Kim, Park, Lee, and Choi (در این نشریه) به تجربیات خرید مصرف کنندگان مد لوکس، قبل و بعد از خرید در فروشگاه خرده فروشی نگاه می کنند. آنها تاثیر احساسات خاص مشتریان بر ارزیابی کیفیت خدمات و نگرشهای آنها نسبت به برند را قبل و بعد از خرید در فروشگاه خرده فروشی لوکس، مورد بررسی قرار می دهند. با بررسی پاسخ دهندگان در کره، به این نتیجه می رسند که احساسات تجربه شده مصرف کنندگان در سطح آشنایی برند با انگیزه خرید مصرف کننده قبل و بعد از ورود به فروشگاه تغییر می کند. بدین طریق بینش های مهمی برای برندهای لوکس جهت پیش بینی هر چه بهتر رفتار مصرف کنندگان در سرتاسر تجربه خرید در فروشگاه شکل گرفته و مصرف کنندگان اقداماتی در جهت بهبود تجربه خدمات و فروشگاه انجام می دهند.



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.