

این فایل فقط برای مشاهده قسمتی از پرسشنامه می باشد.

برای خرید و دریافت فایل کامل ورد و قابل ویرایش این پرسشنامه

به داخل سایت مراجعه نماید.

پرسشنامه نقش تبلیغات و پیشبرد فروش در ارزش ویژه برند بویل و همکاران (2013)

پرسشنامه نقش تبلیغات و ترفیع فروش در داخل ارزش ویژه برند دارای ۳۳ سوال بوده که توسط بویل و همکارانش در سال ۲۰۱۳ طراحی و ساخته شده است و هدف از این پرسشنامه بررسی نقش و ابعاد مختلف تبلیغات و ترفیع فروش در خلق ارزش ویژه برند می باشد و دارای ۸ مولفه ای (هزینه درک شده تبلیغات، رویکردهای افراد درباره مقیاس تک کاره تبلیغات، ترفیع پولی، ترفیع غیرپولی، آگاهی از نام تجاری، کیفیت درک شده، وفاداری به نام تجاری و تداعی های نام تجاری) می باشد

قسمتی از سوالات:

ردیف	سوالات	کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم
1	برند شرکت..... به شدت تبلیغ می کند.					
2	در مقایسه با تبلیغات برندهای محصولات رقیب، به نظر می رسد برند شرکت برای تبلیغات خود بیشتر هزینه می کند.					
3	تبلیغات برند شرکت بیشتر اوقات به نمایش گذاشته می شود.					
4	تبلیغات برند شرکت خلاقانه می باشد.					
5	تبلیغات برند شرکت اصیل می باشد.					
6	تبلیغات برند شرکت با تبلیغات برندهای محصولات رقیب متفاوت می باشد.					

					برند شرکت بیشتر اوقات تخفیف های قیمتی ارائه می نماید.	7
					برند شرکت اغلب از تخفیف های قیمتی استفاده می نماید.	8
					برند شرکت بیش از برندهای محصولات رقیب از تخفیف های قیمتی استفاده می نماید.	9
					برند شرکت بیشتر اوقات هدایایی را ارائه می نماید.	10
					=====	11
					شرکتی که برند شرکت را تولید می نماید، اعتبار دارد.	30
					من خودم را به برند شرکت وفادار می دانم.	31
					برند شرکت در گروه محصولات لبنی، اولین انتخاب من خواهد بود.	32
					اگر برند شرکت در فروشگاه موجود باشد، من برندهای دیگر را خریداری نخواهم کرد.	33

روش نمره گذاری

عنوان	کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندانم	موافقم	کاملاً موافقم
امتیاز	1	2	3	4	5

منابع:

Isabel Buil, Leslie de Chernatony, Eva Martínez, Examining the role of advertising and sales promotions in brand equity creation, I. Buil et al. / Journal of Business Research 66 (2013) 115–122