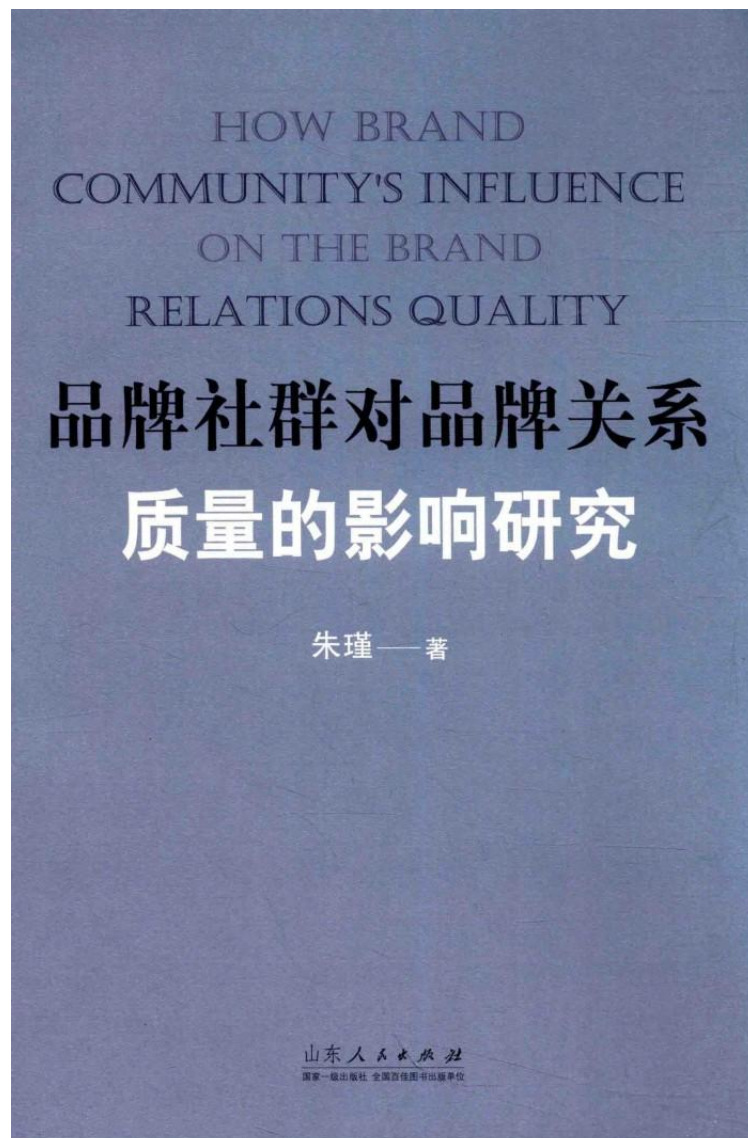


品牌社群对品牌关系质量的影响研究



作者：朱瑾著

出版社：济南：山东人民出版社

出版日期：2015.01

总页数：183

介绍：本研究的核心问题是研究品牌社群如何促进顾客-品牌关系质量。为阐释该核心问题，首先从品牌社群特征角度出发，通过理论分析和实际访谈调研，对品牌社群的特征变量进行了系统性的构建，形成了品牌社群特征的理论框架和构成要素；然后分别分析了品牌社群对顾客价值感知和顾客价值创新的作用以及它们对顾客-品牌关系质量的影响；最后构建了“品牌社群特征-顾客价值-品牌关系质量”的理论框架，阐释品牌社群特征对品牌关系质量的影响机理，并采用了社会调查方法对理论框架进行验证。

说明：登录教客网（<https://www.jiaokey.com/book/detail/13954667.html>）查找全本阅读方式

品牌社群对品牌关系质量的影响研究 评论地址：<https://www.jiaokey.com/book/detail/13954667.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/13954667.html>

书名：品牌社群对品牌关系质量的影响研究