

## تاثیر استراتژی های بازاریابی دیجیتال بر عملکرد هتل ها و بررسی نقش بازبینی مشتریان

مهدی کریمی زند و سپیده خبره زاده طرزجانی

دانشجوی کارشناسی ارشد- مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیک

دانشگاه : دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

پست الکترونیک: sepideh\_khz@yahoo.com

### چکیده

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر استراتژی های بازاریابی دیجیتال بر عملکرد هتل ها و بررسی نقش بازبینی مشتریان می باشد. این پژوهش بر روی هتل ها و مقاصد گردشگری که اتاق ها و سویت های خود را از طریق بازاریابی دیجیتال به فروش می رسانند صورت گرفته است. به منظور جمع آوری داده ها، از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. تعداد ۳۱۳ پرسشنامه که قابل استفاده بوده است جمع آوری شده است. برای بررسی روابط بین متغیرهای تحقیق از مدل معادلات ساختاری (SEM) و بطور ویژه تکنیک تحلیل مسیر با استفاده از نرم افزار لیزرل استفاده شده است. نتایج تخمین مدل، حاکی از مناسب بودن نسبی شاخص ها دارد. بین همه متغیرها و عملکرد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و همه ی آنها بر عملکرد اثر می گذارند. همچنین میزان تاثیر استراتژی بازاریابی دیجیتال از طریق بازبینی های مشتریان نیز مشخص گردید. اما، میزان این تأثیرها متفاوت و همین تفاوت ها مبنای تفسیر نتایج گردید.

**واژه های کلیدی:** استراتژی های بازاریابی دیجیتال، عملکرد هتل ها، تعداد بازبینی های مشتریان، ارزش بازبینی های مشتریان.