

האם שימוש במוצרי Victoria's secret מתערב בקשר בין חווית המותג ואיכות המוצר לתפיסת סטאטוס?

רקע

במציאות בה חברות עסקיות נלחמות על כל לקוח, התחרות היא על החוויה שהחברה מציעה ללקוח, ולא דווקא על המוצרים או השירותים. חברת Victoria's secret מוכרת בעולם בזכות ייחודה בשיווק מוצריה באופן חווייתי דרך תצוגות אופנה ססגוניות המאופיינות בשלל צבעים וצלילים, קמפיינים פרסומיים וחויית שירות מיוחדת בסניפי הרשת. מחקר זה עוסק בבחינת ההבדלים בקשרים בין חווית המותג ותפיסת איכות המוצר לתפיסת הסטאטוס של המוצר בקרב נשים אשר משתמשות במוצרי Victoria's secret בהשוואה לנשים שאינן משתמשות.

השערות המחקר

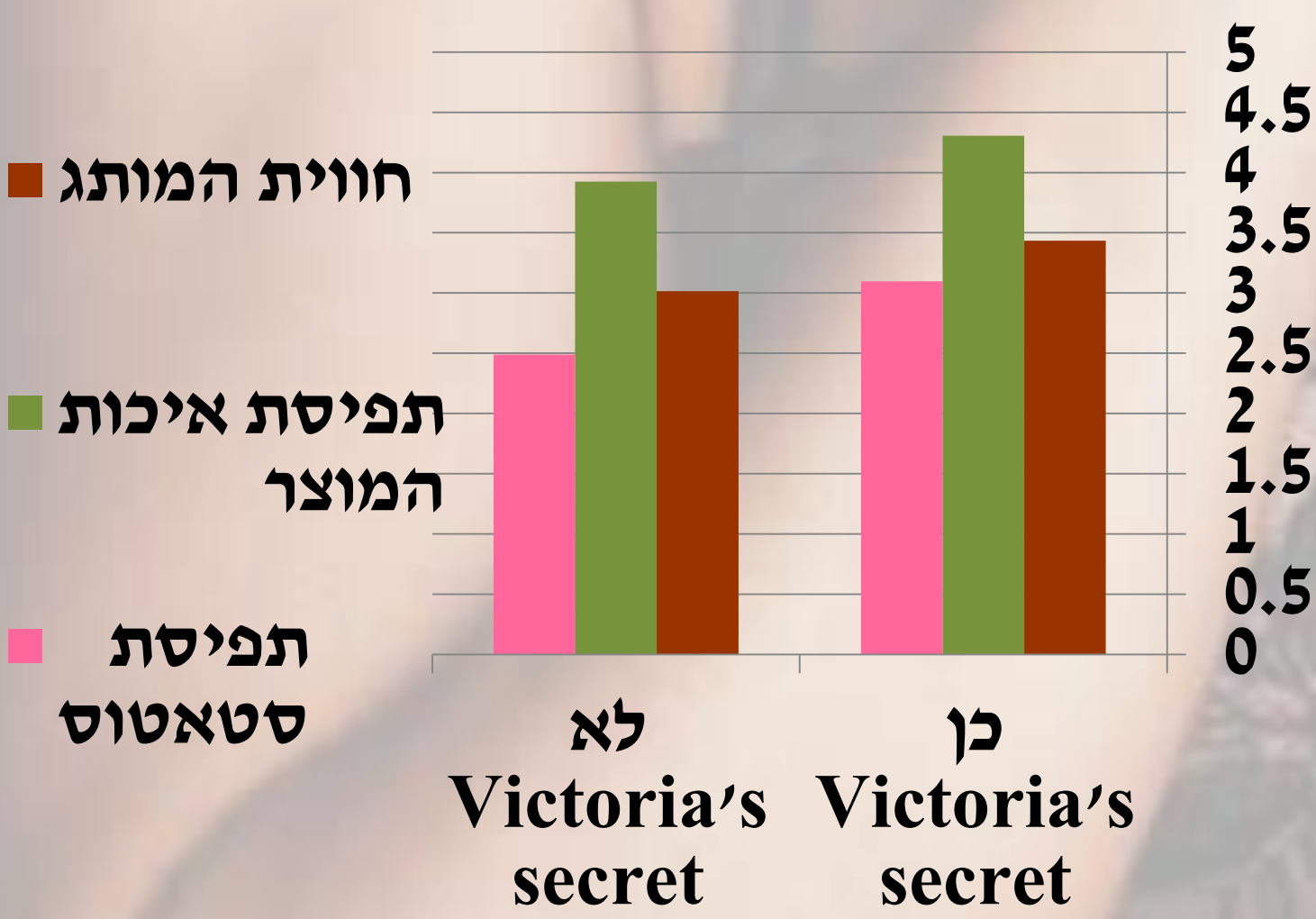
- ✓ משוער כי יימצא קשר חיובי בין חווית המותג לתפיסת הסטאטוס וקשר חיובי בין תפיסת איכות המוצר לתפיסת הסטאטוס.
- ✓ משוער כי יימצאו הבדלים בין נשים המשתמשות במוצרי Victoria's secret לבין נשים שלא משתמשות במוצרי Victoria's secret, כך שנשים שמשתמשות במוצרי החברה יהיו גבוהות יותר בחויית המותג, תפיסת איכות המוצר ותפיסת הסטאטוס שלהן.
- ✓ משוער כי שימוש ואי שימוש במוצרי Victoria's secret יתערב בקשר בין חווית המותג ואיכות המוצר לבין תפיסת הסטאטוס.

שיטה

במחקר השתתפו 100 נבדקות: 50 נשים אשר משתמשות במוצרי Victoria's secret וענו על שאלון בציון שם החברה, ו-50 נשים שלא משתמשות במוצרי החברה וענו על שאלון המחקר ביחס למותג הלבשה תחתונה האהוב עליהן.

ממצאים

הבדלים בין נשים המשתמשות במוצרי Victoria's secret לבין נשים שלא משתמשות



- ✓ נמצאו קשרים חיוביים בין חווית המותג ותפיסת איכות המוצר לבין תפיסת הסטאטוס.
- ✓ נמצאו הבדלים בין נשים המשתמשות במוצרי Victoria's secret לבין נשים שלא משתמשות במוצרי החברה, כך שבקרב נשים אשר משתמשות במוצרי החברה, חווית המותג, תפיסת איכות המוצר ותפיסת הסטאטוס גבוהים יותר בהשוואה לנשים שלא משתמשות במוצרי Victoria's secret.
- ✓ שימוש במוצרי החברה אינו מתערב בקשר שבין חווית המותג ותפיסת איכות המוצר, לבין תפיסת הסטאטוס.

דיון

בעולם תחרותי בו קיימים אינסוף מוצרים מתחרים, מיתוג יעיל של מוצר באמצעות יצירת חוויה נלווית מוביל ליתרון משמעותי על פני מתחריו שכן הוא יוצר בידול בקרב לקוחות. הבידול בא לידי ביטוי ביצירת חוויה מותג חזקה אותה חווה הלקוח בעת מפגש עם המותג ובשיפור בתפיסת איכות המוצר. אלה מהווים בסיס לתפיסת סטאטוס גבוהה של המוצר בקרב המשתמשים במוצר.

סמינר ניהול חוויות בעולם העסקי בהנחיית ד"ר שקד גלבוע
צוות המחקר: אנקה קרקש ואלי לוי