

Ахмед Сухаил Аїна

Роль контент-маркетингу в підвищенні лояльності клієнтів: емпіричне дослідження діяльності приватних лікарень Саудівської Аравії

У зв'язку з посиленням конкуренції в приватному лікарняному секторі Саудівської Аравії організації повинні використовувати нові методи стимулювання лояльності до бренду та повторних відвідувань. У цьому контексті контент-маркетинг може позитивно вплинути на комерційну структуру з точки зору взаємодії з клієнтами, довіри та лояльності. У роботі досліджуються багатомірні зв'язки між контент-маркетингом, лояльністю, довірою та взаємодією з клієнтами у приватному лікарняному секторі. Для цього використано первинні дані, зібрані методом опитування 400 випадково вибраних респондентів. Застосовано просту методику випадкового відбору пацієнтів або членів їх сімей, які відвідують приватну лікарню, з метою визначення їх поглядів на гіпотетичні змінні. Результати вказують на те, що контент-маркетинг позитивно впливає на такі фактори, як взаємодія з клієнтами, довіра та лояльність. Для порівняння, контент-маркетинг виявляється більш ефективним у переконанні клієнтів, ніж довіра та лояльність. Крім того, довіра покупців до бренду чинить суттєвий позитивний вплив на лояльність. Виявлено позитивний вплив взаємодії з клієнтами на довіру. З огляду на отримані результати можна припустити, що приватні заклади охорони здоров'я повинні з максимальною користю застосовувати багатоканальний контент-маркетинговий підхід. Для ефективної реклами контент-маркетингу слід вибирати різноманітні соціальні ресурси та популярні веб-журнали з охорони здоров'я.

Ключові слова: контент-маркетинг, лояльність, довіра, взаємодія, лікарня

Класифікація JEL: M31, M37, M39



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Ахмед Сухаил Аина

Роль контент-маркетинга в повышении лояльности клиентов: эмпирическое исследование деятельности частных больниц Саудовской Аравии

В связи с усилением конкуренции в частном больничном секторе Саудовской Аравии организации должны использовать новые методы стимулирования лояльности к бренду и повторных посещений. В этом контексте контент-маркетинг может положительно повлиять на коммерческую структуру с точки зрения взаимодействия с клиентами, доверия и лояльности. В работе исследуются многомерные связи между контент-маркетингом, лояльностью, доверием и взаимодействием с клиентами в частном больничном секторе. Для этого использованы первичные данные, полученные с помощью метода опроса 400 случайно выбранных респондентов. Применена простая методика случайного отбора пациентов или членов их семей, посещающих частную больницу, с целью определения их взглядов на гипотетические переменные. Результаты указывают на то, что контент-маркетинг положительно влияет на такие факторы, как взаимодействие с клиентами, доверие и лояльность. Для сравнения, контент-маркетинг оказывается более эффективным в переубеждении клиентов, нежели доверие и лояльность. Кроме того, доверие покупателей к бренду оказывает существенное положительное влияние на лояльность. Обнаружено положительное влияние взаимодействия с клиентами на доверие. Принимая во внимание полученные результаты, можно предположить, что частные здравоохранительные учреждения должны с максимальной пользой применять многоканальный контент-маркетинговый подход. Для эффективной рекламы контент-маркетинга следует выбирать разнообразные социальные ресурсы и веб-журналы по охране здоровья.

Ключевые слова: контент-маркетинг, лояльность, доверие, взаимодействие с клиентами

Классификация JEL: M31, M37, M39



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.