



Fayoum University
Faculty of Tourism & Hotels

جامعة الفيوم
كلية السياحة والفنادق



البحث السابع – بحث مشترك (منشور)

إنشاء علاقات دائمة مع العملاء: تأثير التسويق التجريبي على سلوك العملاء في صناعة السياحة والضيافة. الدور الوسيط لثقة العلامة التجارية.	عنوان البحث باللغة العربية
Creating Lasting Customer Relationships: The Impact of Experiential Marketing on Customer Behaviour in Tourism and Hospitality " The Mediating role of brand trust"Industry	عنوان البحث باللغة الإنجليزية
يناير 2024	سنة النشر
المجلة الدولية للسياحة والآثار والضيافة (IJTAH) – كلية السياحة والفنادق – جامعة بنى سويف - المجلد (4) – العدد (1) يناير 2024- ص 117-98	الناشر

الملخص باللغة الإنجليزية:

Experiential marketing has received increasing attention among researchers and practitioners who see it as an innovative approach to advertising campaigns for companies and governments. It is a marketing campaign that helps implement the marketing strategy through customer engagement and new brand experience. Through experiential marketing, public trust is gained. So, the study relied on adopting quantitative research with deductive approach and using mono method quantitative (field survey) over a structured questionnaire form filled by 502 customers from travel agents and five stars hotels in Egypt. Statistical analyses were accomplished by using Statistical Package for Social Sciences (SPSS version 23) and IBM Amos ver 25. The findings reveal significant positive relationships between brand trust and Customer Behavior.