

عنوان مقاله:

مروری بر کاتالوگ های الکترونیکی

محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

نازیلا مختاری - گروه مهندسی کامپیوتر موسسه آموزش عالی مقدس اردبیلی، اردبیل، ایران

همایون ابراهیمیان - گروه مهندسی پزشکی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل، اردبیل، ایران

شیوا رزاق زاده - گروه مهندسی کامپیوتر دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل، اردبیل، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه علاوه بر فرآیندهای سنتی کسبوکار شیوه هایی نوین کسب و کار نیز تحت عنوان تجارت الکترونیک بسیار مورد توجه شرکتها و سازمانهای بزرگ و کوچک قرار گرفته است. در این راستا کسب و کارها جهت معرفی محصولات و خدماتشان در محیط اینترنت از ابزاری تحت عنوان کاتالوگ الکترونیکی بهره می برند. در واقع هدف شرکتها در استفاده از کاتالوگهای الکترونیکی تبلیغ و ترویج محصولات و خدماتشان است. در این راستا شرکتها هنگام فروش محصولات و خدمات خود، تنها با ارائه سطح بالایی از خدمات به مشتری قادر به کسب مزیت رقابتی هستند و از آنجایی که در تجارت الکترونیک مشتری و فروشنده تماس رو در رو با یکدیگر ندارند ارائه اینگونه خدمات به مشتری نقش حساستری پیدا میکند. لذا در این تحقیق بررسی اجمالی به این مدل از کسبو کار پرداخته شده که نتایج بدست آمده از جمعآوری و بررسی چندین مقاله و کتاب حاکی از آن است که مدل تحقیق، با رعایت نمودن اصول منجر به طراحی کاتالوگهای الکترونیکی آبی میشود که، توانایی برقراری یک ارتباط موثر و مفید با مشتری و همچنین ترغیب آنها به تامین نیازمندیهای خود از شرکتها و کسب مزیت رقابتی را دارند.

کلمات کلیدی:

کاتالوگ الکترونیکی، کاتالوگ سنتی، کاتالوگ، تجارت الکترونیک.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1011671>

