

عنوان مقاله:

بازاریابی در دوران کرونا، چالش ها و درس آموخته ها

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مدیریت و صنعت گردشگری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

سیده مریم جعفری گهرز - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی بازاریابی، گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران،
ایران

خلاصه مقاله:

کووید 19 در 12 مارس سال 2020 توسط سازمان جهانی بهداشت به عنوان یک بیماری همه گیر اعلام شده است. تاثیرات منفی این بیماری به مرگ انسان ها محدود نبوده بلکه تاثیرات بسزایی بر سیستم های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی- فرهنگی کشورها و جهان داشته است. نمی توان انتظار داشت که تأثیر پاندمی فوق الذکر پس از مدتی از بین برود. لذا لازم است صاحبان کسب و کار خود را با شرایط پیش آمده وفق دهند. شاید بتوان این تغییرها را به نوعی یک جهش ژنتیکی در بازارها و کسب و کارها یا قدرتتخریب خلاقانه در اقتصاد نامید که می تواند بقا یا نابودی کسب و کارها را مشخص کند. در این میان بازاریابی آنلاین و فروش آنلاین موردی بوده که در بین صاحبان کسب و کار با اقبال مواجه بوده است. در این بین صاحبان کسب و کارهایی که توانستند به سرعت خودشان را با شرایط پیش آمده وفق دهند، پیروز میدان شدند. لذا لازم است صاحبان کسب و کار همیشه سناریوهایی در رابطه با پیش بینی آینده داشته باشند تا در صورت پیش آمدن بحران هایی از این قبیل به سرعت بتوانند خودشان را با شرایط وفق دهند.

کلمات کلیدی:

کووید 19، کسب و کار، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1161762>

