

عنوان مقاله:

موانع و چالش های تجارت سیار

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی تحقق ایده های دست نیافتنی در زمینه فناوری اطلاعات و تکنولوژی (الکترونیکی) (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

هانیه حسن پور - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه کامپیوتر و فناوری اطلاعات، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

امیررضا استخریان حقیقی - استادیار گروه کامپیوتر و فناوری اطلاعات، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

تجارت الکترونیک یک استراتژی تجاری جدید برای درگیر کردن کاربران به صورت آنلاین است. از آنجا که زمان صرف شده بر روی دستگاه های تلفن همراه در سال دو برابر می شود، هر برند برجسته سعی دارد توجه کاربران آنلاین را جلب کند. علی رغم صنعت و روش های کسب و کار، تجارت سیار چهره فروش آنلاین و روش های بازاریابی را تغییر داده است. ایجاد اعتماد مشتری یک فرآیند پیچیده است که شامل شیوه های کسب و کار و فن آوری است. به دست آوردن اعتماد مشتری در تجارت سیار همراه یک کار خاص است و تأثیر عمده ای بر رفتار تصمیم گیری مشتری دارد. یک وب سایت قابل اعتماد می تواند تجارت سیار را با مزایای رقابتی قدرتمند فراهم کند. عوامل مختلفی بر فرآیند پیچیده ایجاد اعتماد مشتری در وب سایت های تجارت سیار تأثیر می گذارند. ارزیابی این عوامل در تصمیم گیری برای انتخاب وب سایت خرید آنلاین مناسب مهم است. لذا بررسی چالش ها و موانع تجارت سیار از اهداف این مقاله می باشد.

کلمات کلیدی:

تجارت سیار، تجارت الکترونیک، تلفن همراه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1171002>

