

عنوان مقاله:

بررسی نقش بازاریابی عصبی در بهبود قابلیت های سایت های تجاری

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

سحر ستوده نژاد - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

یک وب سایت تجاری کاربرپسند و حرفه ای بخش جدایی ناپذیر توسعه کسب و کارهای کنونی به شمار می رود و مدیران شرکت هادر جستجوی روش های جدیدی برای آگاه ساختن مردم از محصولات و بهبود نام تجاری خود هستند. تسلط به ویژگی ها وساختارهای مشترک مغز انسان و ناخودآگاه بشر موجب آن می شود که وب سایت ها علاوه بر کاربرپسند بودن، در اصطلاح مغزپسند باشند؛ به این معنا که وب سایت های تجاری مغزپسند که با توجه به ساختار و عملکرد مغز انسان طراحی می شوند، موجب انگیزش مغز کاربران می گردند و از دیگر نتایج آن، بهبود قابلیت های سایت های تجاری بر مبنای بازاریابی عصبی می باشد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی عصبی، سایت های تجاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1246151>

