

عنوان مقاله:

راه های افزایش رضایت مشتری در فروش آنلاین در دوران بحران کوئید ۱۹

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات، کامپیوتر و مخابرات (سال: ۱۴۰۰)

تعداد صفحات اصل مقاله: ۱۱

نویسندگان:

احسان عباسپور - گروه مدیریت بازرگانی، واحد آبادان، دانشگاه آزاد اسلامی، آبادان، ایران

فاطمه بلک - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه فناوری اطلاعات، موسسه آموزش عالی برخط، اهواز، ایران

خلاصه مقاله:

توسعه روزافزون فناوری اطلاعات و ارتباطات تاثیر گسترده ای در فرآیندهای تجاری بوجود آورده است و اینترنت بعنوان موثرترینستر بازاریابی الکترونیکی با پوشش جهانی امکان رسیدن به بازارهای بین المللی را فراهم ساخته است، اما بسیاری از شرکت ها در زمینه چگونگی استفاده از روش های گوناگون بازاریابی و فروش اینترنتی و تجارت الکترونیکی و تاثیرات آن در وضعیت شرکت ها در شرایط بحرانی مانند کرونا از آگاهی لازم برخوردار نیستند. امروزه با شرایط بحرانی به وجود آمدن بیماری کرونا و با در خانه ماندن مردم نقش فروش آنلاین بیش از پیش پررنگ شده است. این در حالی است که با وجود در خانه ماندن، مشتریان در این شرایط، بحرانی می توانند با انجام چند کلیک اقلام مورد نیاز خود را خریداری کنند و آنها را درب منزلشان تحویل بگیرند. بنابراین نقش فروش آنلاین در بحران کرونا مهم جلوه می کند. از طرفی تاثیر گذاشتن کسب و کارهای آنلاین بر رضایت مشتریان برای خرید آنلاین بسیار مهم می باشد.

کلمات کلیدی:

کرونا، بازاریابی اینترنتی، فروش آنلاین، کسب و کار، تجارت الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1261238>

