

عنوان مقاله:

تاثیر هوشمند سازی تبلیغات بر درآمد

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی شهر هوشمند، چالش ها و راهبردها (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

سمیه افراخته - کارشناس ارشد مدیریت دولتی، کارشناس درآمد و تبلیغات محیطی سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی، شهرداری بیرجند

خلاصه مقاله:

احتمالا برای هرکسی پیش آمده است که بارها در سایت های مختلف تبلیغات متفاوت و گوناگونی را مشاهده کرده است. از آنجا که در ارایه این تبلیغات هیچ گونه هوشمندی وجود ندارد، معمولا اکثرا به آنها هیچ توجهی نکرده و یا در بعضی موارد سعی می کنیم از شر این تبلیغات مزاحم خلاص شویم. بنابراین برای تاثیر بیشتر و همچنین جلب توجه و علاقه کاربران لازم است تبلیغات اینترنتی بهنحوی هوشمندانه صورت گیرد. به عنوان مثال کاربری که به ورزش، رستوران، مسافرت و ... علاقه مند است تبلیغات و اخبار مربوط به این موارد مشاهده کند و درگیر تبلیغات غیر مرتبط با علایق خود نشود. برای این منظور راه اندازی سایتی اجتماعی که بتواند نیازمندی های کاربران را در بر گیرد و تبلیغات در آن به صورت هوشمندانه و با توجه به علایق و سلیقه کاربران انجام شود، می تواند گامی رو به جلو در پیشرفت تبلیغات اینترنتی باشد. برای اینکه هوشمندانه سازی تبلیغات کارآمد و مفید واقع شود می بایست روش ها و الگوریتم های مناسب و بهینه ای را برای جستجوها و پیدا کردن تبلیغات مناسب برای کاربران، طراحی و اجرا نمود. همچنین برای درآمد زایی این سامانه باید امکانات ویژه ای طراحی نمود که مشتریان و فروشندگان یا استفاده از این امکانات راحت تر و سریعتر به مطلوب خود دست یابند.

کلمات کلیدی:

تبلیغات محیطی، تبلیغات هوشمند، درآمد، کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1346031>

