

عنوان مقاله:

بررسی فرصت های بازاریابی الکترونیکی در ایجاد کسب و کار جدید

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

قمر یاوری

مهمیم تاش - استادیار دانشگاه سیستان و بلوچستان

خلاصه مقاله:

انسان در دنیای امروز که سرشار از پیچیدگی ها و شتاب است، به دنبال راهی برای بهبود زندگی، دست یابی به آرامش و انطباق با این دنیای پرهیاهو است. در میان کسب و کارهای بزرگ امروزی، کسب و کارهای کوچک و متوسط می تواند راهی مناسب برای کسب درآمد و شکوفایی استعدادها باشند، البته اگر بتوانند شیوه ای آسان و مناسب برای ارائه آن به بازار فروش پیدا کنند. در مقاله پیش رو سعی شده است تا با نگاهی به پیشینه بازاریابی الکترونیکی به عنوان شیوه ای کاربردی و مطابق با پیشرفت تکنولوژی و روند پر شتاب زندگی امروز و همچنین به کارگیری آن در کسب و کارهای کوچک و متوسط، امکان عملیاتی شدن آن را در این مشاغل بررسی نموده و پیشنهاداتی برای آن ارائه گردد. همچنین این شیوه می تواند گزینه ای برای عرضه محصولات خاص برای مشتریانی که می خواهند متفاوت از سایرین باشند، به نظر بیاید. البته باید امکان دستیابی به اینترنت و فناوری های نوین را به عنوان زیرساخت های بازاریابی الکترونیکی در نظر داشت که به طور قطع بدون این زیر ساخت ها، تحقق بازاریابی الکترونیکی میسر نخواهد شد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی الکترونیکی، فرصت های بازاریابی الکترونیکی، کسب و کار جدید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1393641>

