

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مهم ترین مولفه های بازاریابی الکترونیکی بر فروش اینترنتی واحدهای تولیدی به مشتریان صنعتی

محل انتشار:

هجدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

احسان امینی کهریزسنگی - مدیر عامل شرکت سپاهان پلاست

خلاصه مقاله:

امروزه بازاریابی الکترونیکی به عنوان یکی از مهم ترین جنبه های نوآوری در انجام فرایند کسب و کار، توسط سازمان های مختلفی به کار گرفته می شود. از این رو بررسی شاخص های مهم بر میزان فروش شرکت ها و خرید اینترنتی مشتریان ضروری به نظر می رسد. در این تحقیق مولفه های موثر بر این نوع بازاریابی بررسی گردیده است. در این پژوهش سعی شده است تاثیر این عوامل بر فروش اینترنتی شرکت "سپاهان پلاست" مورد بررسی قرار داده شود. شرکت تولیدی بازرگانی سپاهان پلاست چهلستون از سال ۱۳۸۹ در زمینه ی تولید انواع اقلام پلیمری از جمله انواع چرخ دنده های صنعتی، انواع پالت های نگهداری قطعات، انواع پالت پلاستیکی، انواع درب و جعبه باتری خودرو، انواع درپوش های صنعتی در شهرک صنعتی اشترجان فعال می باشد. شروع کار با مطالعه ی منابع داخلی و خارجی انجام گرفته و در ادامه از طریق مصاحبه با خبرگان و تهیه پرسشنامه ساختار یافته به طراحی اولیه و بررسی محتوا پرداخته شده است. روایی آن توسط متخصصین تایید شده و پایایی با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۱ بدست آمده است. جهت تجزیه و تحلیل داده های از نرم افزار SPSS استفاده شده است. یافته های پژوهش نشان می دهد که مولفه های در نظر گرفته شده مدیریت ارتباط با مشتری، خدمات و پشتیبانی از مشتری، اعتبار شرکت و اعتماد مشتریان به شرکت تایید شده و بر بازاریابی الکترونیکی و خرید اینترنتی مشتریان تاثیر مثبت داشته، در حالی که قیمت محصولات و اقلام، بر این نوع بازاریابی شرکت "سپاهان پلاست" تاثیر ندارد

کلمات کلیدی:

قابلیت بازاریابی، بازاریابی الکترونیکی، خرید اینترنتی، اینترنت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1486982>

