

## عنوان مقاله:

تاثیر راهبردهای بازاریابی دیجیتال بر عملکرد و رفتار مشتریان کلینیک های زیبایی (با تاکید بر انتقادهای و تبلیغات کلامی الکترونیکی)

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی تحول گرایی در مدیریت (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسنده:

مرضیه زینی پنهانی - کارشناس ارشد مدیریت استراتژیک-دانشگاه پیام نور واحد ری-تهران-ایران

## خلاصه مقاله:

در این مقاله به بررسی میزان اثرگذاری راهبردهای بازاریابی دیجیتال ( همانند داشتن برنامه بازاریابی دیجیتال، پاسخگویی به انتقادهای آنلاین، و نظارت و پیگیری اطلاعات و...) بر عملکرد و رفتار مشتریان کلینیک های زیبایی می پردازیم. بازاریابی دیجیتال بازاریابی هدفمند، قابل اندازه گیری و تعاملی محصولات و خدمات با استفاده از فناوری های دیجیتال، در جهت رسیدن به مشتری نهایی است. امروزه نه تنها پژوهشگران بلکه بازاریابان و صاحبان کسب و کار منجمله کلینیک های زیبایی در زمینه های مختلف توجه ویژه ای به بحث تبلیغات شفاهی الکترونیکی و جوامع مجازی دارند. نتایج بررسی حاکی از آن است که به طور کلی استفاده از بازاریابی دیجیتال بر عملکرد و رفتار مشتریان کلینیک های زیبایی موثر بوده است.

## کلمات کلیدی:

راهبردهای بازاریابی دیجیتال، بازاریابی رسانه های اجتماعی، حجم و ظرفیت انتقاد های آنلاین، عملکرد کلینیک های زیبایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1525169>

