

## عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر موفقیت بازاریابی اینترنتی در شرایط بحران بازرگانی

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد سالم در بانک، بورس و بیمه (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسنده:

رضا کبیری - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش: بازاریابی)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

## خلاصه مقاله:

یکی از مهم ترین قابلیت های اینترنت آسان تر کردن ورود به بازارهای بین المللی می باشد. اینترنت به دلیل ارزان بودن و گسترده بودن قدرت تاثیر از مهمترین عوامل اصلی نفوذ در بازار است. در دهه های اخیر توجه کسب و کارها به استفاده از اینترنت در بازاریابی جلب شده و نقش مهمی را در شرکت های امروزی ایفا می کند. با استفاده از بازاریابی اینترنت می توان مشتریان بیشتری را به شرکت جذب نموده و یا آنان را حفظ نمود؛ بدین ترتیب مزیت رقابتی بالقوه ای برای شرکت پدید خواهد آمد. از این رو موضوع بازاریابی اینترنتی حایز اهمیت بسیار است. نتایج نشان می دهد اینترنت به عنوان ابزاری کارآمد و ضروری در فرآیند بازرگانی صادرات استفاده قرار میگیرد لذا بررسی عوامل موثر بر موفقیت در بازاریابی اینترنتی و شناسایی و حذف یا کاهش محدودیت های ساختاری مربوط به آن لازم نگهداشتن مشتری: معمولا کسب و کارها نگرانند مشتریان خود را از دست دهند برای همین همیشه در پی راهی برای نگهداشتن او هستند. در تجارت الکترونیک دیگر کسب و کارهای آنلاین نباید دغدغه ای در این مورد داشته باشند زیرا از سراسر دنیا می توانند مشتریان خود را از دست دهند. نگهداشتن مشتری: معمولا کسب و کارها نگرانند مشتریان خود را از دست دهند برای همین همیشه در پی راهی برای نگهداشتن او هستند. در تجارت الکترونیک دیگر کسب و کارهای آنلاین نباید دغدغه ای در این مورد داشته باشند زیرا از سراسر دنیا می توانند مشتریان خود را داشته باشند.

## کلمات کلیدی:

کلمات کلیدی: بازاریابی اینترنتی، بحران بازرگانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1543547>

