

عنوان مقاله:

شناسایی الگوهای ذهنی تعامل کسب و کارهای بنگاه به بنگاه در لینکدین با استفاده از روش کیو

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 14، شماره 4 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

مرتضی ملکی مین باش رزگه - دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

سیما علیپور - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

مریم اصغری نجیب - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف: نقش رسانه های اجتماعی و پلتفرم های دیجیتال، در کسب و کارهای بنگاه به مصرف کننده پررنگ بوده است؛ اما به تازگی، شاهدیم که کسب و کارهای بنگاه به بنگاه نیز به رسانه های اجتماعی و پلتفرم های دیجیتال توجه می کنند. از این رو، هدف از پژوهش حاضر، شناسایی الگوهای ذهنی تعامل کسب و کارهای بنگاه به بنگاه در لینکدین با استفاده از روش کیو است. روش: چارچوب فلسفی این پژوهش، پارادایم تفسیری اثبات گرایی (روش کیو) است که از منظر هدف، کاربردی شمرده می شود. مشارکت کنندگان پژوهش که به صورت هدفمند و با روش گلوله برفی انتخاب شدند، ۹ نفر از فعالان حوزه بنگاه به بنگاه و آشنا به پلتفرم لینکدین بودند که دیدگاه های آن ها با تحلیل عاملی کیو و استفاده از نرم افزار اس پی اس اس نسخه ۲۵ تجزیه و تحلیل شد. یافته ها: نتایج نشان می دهد که الگوی تعامل کسب و کارهای بنگاه به بنگاه در لینکدین، در سه دسته ذهنیت محتوای حرفه ای، سرنخ و ردیابی قرار دارد. نتیجه گیری: شرکت های بنگاه به بنگاه می توانند برای تسهیل روابط خود با مشتریان، از رسانه های اجتماعی و پلتفرم ها بهره ببرند و همانند موجودی زنده، به شرکت و برند خود هویت ببخشند؛ محصولات و خدمات و ارزشی را که به مشتری ارائه می کنند، معرفی کنند؛ از طریق محتوای مختلف، اطلاعات کلیدی را در اختیار مشتریان قرار دهند؛ برای پیگیری مشتریان سرنخ های جذاب ایجاد کنند؛ جوامع و گروه ها و افراد مرتبط با شرکت خود را ردیابی کنند و در نهایت، با مشتریان خود تعاملی سازنده داشته باشند.

کلمات کلیدی:

تعامل، رسانه های اجتماعی، روش کیو، کسب و کارهای بنگاه به بنگاه، لینکدین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1591675>

