

عنوان مقاله:

بررسی اشتراک دانش مشتری در جوامع آنلاین برند با رویکرد فراترکیب

محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 12، شماره 4 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 36

نویسندگان:

سید رسول حسینی - دکتری مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تربت حیدریه، تربت حیدریه، ایران

تورج صادقی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور، نیشابور، ایران

ساحل فرخیان - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور، نیشابور، ایران

مهدی غفوری فرد - دکتری مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه مشتری، به عنوان مهم ترین شریک برای فرآیند خلق ارزش در سازمان هاست. شرکت ها و سازمان ها نیز برای بهبود کارایی، بهره وری هزینه ها و کیفیت عملیات مشتری خود به استفاده از رسانه های اجتماعی و جوامع آنلاین روی آورده اند. هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل موثر بر اشتراک دانش مشتری در جوامع آنلاین برند با تکنیک فراترکیب است. در پژوهش حاضر با به کارگیری رویکرد مرور سیستماتیک و فراترکیب کیفی، یافته ها و نتایج مطالعات بین سال های ۲۰۰۶ تا ۲۰۲۲ میلادی تحلیل شده است. همچنین، برای انجام دادن این کار از روش ساندروفسکی و باروسو استفاده شده است. در این پژوهش، پس از جست و جوی اولیه و یافتن پالایش منابع مرتبط با موضوع اشتراک دانش مشتری در جوامع آنلاین برند برای بررسی منابع مرتبط از روش ارزیابی حیاتی استفاده شد. همچنین، ۷۶ منبع به عنوان منابع نهایی انتخاب شد و سپس با روش کیفی تحلیل اسنادی و با استفاده از نرم افزار اطلس تی، ۷ بعد و ۷۴ مولفه به عنوان عوامل اشتراک دانش مشتری در جوامع آنلاین شناسایی شدند. ابعاد اصلی شناسایی شده عبارت است از: عوامل فردی، عوامل اجتماعی، انگیزشی، تکنولوژیکی، عوامل ساختار روابط شبکه برند، عوامل مرتبط با برند و عوامل مرتبط با دانش. توجه به عوامل مذکور از سوی مدیران شرکت ها می تواند منجر به بهینه سازی محیط های آنلاین تجاری، توسعه تعامل و بهره مندی از دانش مشتریان و افزایش مزیت رقابتی در جوامع آنلاین شود. از طرف دیگر، طراحان وب و شبکه های اجتماعی نیز می توانند با تمرکز بیشتر به این عوامل، محیط های آنلاین را متناسب با شرایط مشتریان طراحی کنند.

کلمات کلیدی:

اشتراک دانش مشتری، جوامع آنلاین، جوامع آنلاین برند، مدیریت دانش، فراترکیب

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1635373>

