

عنوان مقاله:

بازاریابی درون داد راهی برای جذب مشتری

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

مرضیه مسلم - دانشجوی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه قم

صدیقه خورشید - دانشیار گروه مدیریت دانشگاه قم

خلاصه مقاله:

بازاریابی درون داد مفهومی جدید در بازاریابی الکترونیک است، دربرخی متون به بازاریابی درونگرا معنی شده است، تمرکز اصلی آن بر محتوا و نیاز مشتری است. این نوع بازاریابی با توجه به ویژگی های روانشناختی مشتری به رفع سوالات و دغدغه های ذهنی مشتری می پردازد. در این مقاله به شناسایی بازاریابی درون داد وارکان تشکیل دهنده آن پرداخته شده است. با شناخت بازاریابی درون داد بازاریابان و مدیران فروش شرکت ها و برندها آگاه می شوند که باید بجای تمرکز بر تعداد محتوا، کیفیت محتوا را بهبود بخشند در نتیجه این امر به افزایش فروش و جذب مشتری کمک شایانی خواهد کرد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی درون داد، بازاریابی درونگرا، بازاریابی الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1671538>

