

عنوان مقاله:

بازاریابی دیجیتال در کسب و کارهای گردشگری و میهمان نوازی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت کسب و کار با گرایش توسعه دانش بنیان (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

محمدرضا اسدی زارچ - دانشجوی دکترای مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی

نگارالسادات طباطبائی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی

خلاصه مقاله:

با ظهور اینترنت شیوه های جدیدتری برای دستیابی به بازار هدف و تعامل با مشتریان سازمان ها ایجاد شده و بازاریابی دیجیتال به یکی از حوزه های اصلی تمرکز برای کسب و کارها در سراسر جهان تبدیل شده است. دستیابی به اطلاعات و ارتباطات جهانی باعث شده سازمان ها به مخاطبان گسترده تری دسترسی داشته باشند و محدودیت های جغرافیایی در فروش محصول برای آن ها وجود نداشته باشد. بازاریابی دیجیتال شامل تمام تلاش های بازاریابی است که با استفاده از یک دستگاه الکترونیکی صورت می پذیرد و طیفی از تاکتیک ها و راهکارها را زیر چتر خود قرار می دهد. هدف این مطالعه مرور راهکارهای موثر بازاریابی دیجیتال برای بهره برداری کسب و کارهای گردشگری می باشد. این پژوهش از نظر ماهیت مروری است که با استفاده از مرور منابع علمی در پایگاه های اطلاعاتی به بررسی مباحث نظری پیرامون موضوع دیجیتال مارکتینگ در گردشگری پرداخته و ابزارها و راهکارهای مرتبط با آن را معرفی کرده است. در این مطالعه به ۸ مورد از تاثیرگذارترین راهکارهای بازاریابی دیجیتال شامل وب سایت، بهینه سازی موتور جستجو، واقعیت افزوده و واقعیت مجازی، ربات ها، بازاریابی رایانامه ای، بازاریابی شبکه های اجتماعی، بازاریابی موبایلی و برنامه های کاربردی و بازاریابی محتوا اشاره شده و توصیف مختصری از هر مورد ذکر شده است. در پایان به صاحبان کسب و کارها پیشنهاد می شود روی بازاریابی دیجیتال به ویژه بازاریابی شبکه های اجتماعی تمرکز کنند تا در کمپین های بازاریابی کسب و کار خود در عصر جدید موفق شوند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی دیجیتال، بازاریابی اینترنتی، بازاریابی آنلاین، گردشگری، کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1780510>

