

عنوان مقاله:

نوع شناسی مراحل راه اندازی یک تجارت الکترونیک B2C

محل انتشار:

اولین همایش ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

حسنعلی آقاجانی - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران - بابلسر، پردیس دانشگاه ماز

هادی درگاهی - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه مازندران

خلاصه مقاله:

اینترنت عرصه نوینی را برای نشر، تبادل و ارائه اطلاعات فراروی بشر قرار داده است که از بسیاری جهات یک انقلاب عمیق محسوب می شود. در دنیای اینترنتی امروز آگاهی برنحوه و مراحل راه اندازی یک تجارت الکترونیک B2C برای بهره مندی این نوع از تجارت امری ضروری بوده و شرکت ها را در گردونه ی رقابت نگاه خواهد داشت، در مقابل عدم توجه به ابزارها و امکانات جدید از قبیل وب سایت ها، تبلیغات آنلاین، کارت های اعتباری و ... شرکت ها را با کاهش سود آوری در کوتاه مدت و احتمال حذف در بلند مدت رویارو می سازد. در این راستا مقاله حاضر، مستند به مرور ادبیات، یک مدل 8 مرحله ای از راه اندازی تجارت الکترونیک B2C شامل انتخاب نام درست و ثبت نام و طراحی و ساخت وب سایت، روش های پرداخت، اجاره ی فضا بر روی اینترنت، سیستم تحویل کالا، تأمین امنیت سایت، بازاریابی، تبلیغ و جذب مشتری، بررسی و تحلیل فعالیت های سایت ارائه داده است و ضمن مرور مفاهیم کلیدی و پیشنهاد ارائه این بحث از قبیل، تجارت الکترونیک و انواع آن و به طور خاص تجارت الکترونیک B2C، تلاش داشته است تا به تفسیر، مراحل راه اندازی تجارت الکترونیک B2C را بیان کرده و در مورد راه های اجرای هر یک از این مراحل و اصول پیاده سازی آن به نکات کلیدی اشاره کند.

کلمات کلیدی:

نوع شناسی، راه اندازی، تجارت الکترونیک، B2C

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/191647>

