

عنوان مقاله:

بررسی و تبیین مبانی اینفلوئنسر مارکتینگ (بازاریابی از طریق افراد تاثیر گذار شبکه های اجتماعی)

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

محمدرضا پریداد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی سناباد گلپهار، گلپهار، ایران

خلاصه مقاله:

بازاریابی امروزی در مقایسه بازاریابی گذشته تغییرات زیادی کرده است. امروزه طیف وسیعی از تبلیغات در ابعاد گوناگون و به روشهای مختلف در جهت جلب توجه مشتریان و جذب آنها می کوشند، ولی بسیاری از این تبلیغات اثربخشی سابق را نداشته و در جذب مشتریان جدید ناموفق عمل کردهاند. این مقاله با مرور ادبیات موجود به بررسی بازاریابی تاثیرگذار که استراتژی جدیدی در امر بازاریابی به شمار می رود پرداخته و نقش و جایگاه آن را در بازاریابی نوین تحلیل نموده است. نتایج این بررسی ها حاکی از این است که این روش جدید بازاریابی در جذب مخاطبان خود بسیار موفق عمل کرده و طیف وسیعی از شرکت ها و سازمانها آن را در برنامه های بازاریابی خود گنجانده اند.

کلمات کلیدی:

تاثیرگذاران، بازاریابی تاثیرگذار، رسانه های اجتماعی، تبلیغات، افراد مشهور (سلبریتی)، تولید محتوی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2026404>

