

عنوان مقاله:

بررسی اثربخشی روشهای گوناگون بازاریابی الکترونیک در جامعه ایرانی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی (سال: 1385)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

مصطفی پورمهدی - مشاور ارشد، شرکت مشاوره کسب و کار آفرینان تهران

خلاصه مقاله:

در این مقاله سعی شده با توجه به اهمیت روزافزون تجارت الکترونیک و بازارهای مجازی، به بررسی روشهای بازاریابی الکترونیک پرداخته و تناسب و اثربخشی آنها، با توجه به مختصات جامعه ایرانی، را بسنجد. بررسی هر یک از روشهای بازاریابی الکترونیک به صورت منفرد و خصوصیات فرهنگی، اقلیمی و اقتصادی جامعه ایرانی به همراه رفتار خرید ایشان از موضوعات مورد بررسی این مقاله می باشد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، اینترنت، بازاریابی لفظی و فرد به فرد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/20294>

