

## عنوان مقاله:

بررسی اهمیت بازاریابی و ارائه راهکار در جهت بهبود عملکرد بازار وب سایت های خرید و طراحی مدل برای تاثیر نوآوری بر عملکرد

## محل انتشار:

نشریه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، دوره 9، شماره 2 (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

فاطمه استکی اورگانی - دکتری تخصصی علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه تهران، ایران

سید احمد موسوی - دانشجوی دکتری مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اصفهان، ایران

آیدا استکی اورگانی - دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق، دانشگاه اصفهان، ایران

محمد خلیلی - دکتری تخصصی علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه تهران، ایران

زرگار عبدی سرنجدان - دکتری تخصصی کلیماتولوژی، دانشگاه تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

تغییرات سریع در دنیای امروز، سازمان ها را با چالش های مختلفی روبرو کرده است. اما در این میان سازمان هایی موفق هستند که به کمک ابزارهای مدیریتی و فناوریهای نوین، از فرصتهای ایجاد شده به نفع خود استفاده کنند. محیط بازار وب سایتهای خرید یکی از آنهاست. محیط تجارت الکترونیک بازار وب مبتنی بر اینترنت است، که این امکان را به مشتریان میدهد تا برای جستجوی اطلاعات و خرید کالا و خدمات از طریق ارتباط مستقیم با فروشگاههای اینترنتی اقدام کنند. خرید به صورت اینترنتی براساس تجربه واقعی از خرید کالا نیست؛ بلکه براساس ظواهری مانند تصویر، شکل، اطلاعات کیفی و تبلیغات از کالا استوار است. با گسترش روزافزون اینترنت در امور مختلف زندگی، یکی از مباحث طرح شده، جلب اعتماد مشتری جهت انجام مبادلات از طریق اینترنت است که مورد توجه بسیاری از سازمانها و مشتریان قرار گرفته و تحقیقات زیادی برای حمایت از ایجاد خرید اینترنتی صورت پذیرفته است. در این زمینه هر اندازه دسترسی مشتریان به اینترنت بیشتر باشد، اینترنت نقش مهمتری را برای شرکتهای عرضه کننده ایفا میکند. پس از حضور شرکت در اینترنت، شرکت میتواند از اینترنت به عنوان ابزاری برای تبلیغات استفاده کند و بدین ترتیب هم برای شرکت و هم برای کالا و خدمات آن وجههای مثبت ایجاد کند. فروش به مشتری مهمترین جنبه اینترنت برای شرکتهای میباید و زمانی این جنبه اتفاق میافتد که معامله بر روی اینترنت انجام شده و شرکت مبالغ پرداختی مشتری را دریافت کرده باشد. شرکت ها می توانند با استفاده از شبکه های اطلاعاتی (عمدتا اینترنت) به فروش محصولات خود بپردازند و کانال مستقیم توزیع جدیدی را به وجود آورند تا مشتری آن طور که تمایل دارد خرید کند. اینترنت باعث شده که حتی شرکتهای کوچک هم بتوانند با مشتریان در سراسر جهان ارتباط برقرار کنند. لذا طراحی سایت بازاریابی جذاب و مدرن برای بهبود موفقیت در بازار وب سایت های خرید حائز اهمیت میباشد. از این رو این تحقیق به دنبال "بررسی اهمیت بازاریابی و ارائه راهکار در جهت بهبود عملکرد بازار وب سایتهای خرید و طراحی مدل برای تاثیر نوآوری بر عملکرد" است.

## کلمات کلیدی:

خرید آنلاین، وب سایت، نوآوری، بازاریابی اینترنتی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2049870>

