

عنوان مقاله:

تاثیر تجارت الکترونیک بر رستوران های زنجیره ای

محل انتشار:

هشتمین همایش مطالعات اقتصادی و مدیریت در جهان اسلام (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

داود مزدکانلو - استاد گروه مدیریت دانشگاه جامع علمی کاربردی - مرکز علمی کاربردی خانه کارگر تشکیلات خراسان رضوی

شاهین راعی طرقي - فارغ التحصیل رشته مدیریت کسب و کار دانشگاه علمی کاربردی - مرکز علمی کاربردی خانه کارگر تشکیلات خراسان رضوی

وحید دلاوری نسب - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - گرایش بازاریابی

خلاصه مقاله:

در این مقاله به تاثیر تبلیغات تجارت الکترونیک بر رستورانهای زنجیره‌ای اشاره می‌شود، یک موضوع جذاب و پرکاربرد که در زمینه مدیریت کسب و کار و بازاریابی الکترونیک بسیار مهم است. تاثیر تبلیغات الکترونیک بر رستورانهای زنجیره‌ای می‌تواند به طور قابل توجهی بر موفقیت و رشد این نوع رستورانها تاثیر بگذارد. از آنجا که رستورانهای زنجیره‌ای در جامعه مدرن بازیگران بزرگی هستند و رقابت شدیدی برای جذب مشتری و حفظ آنها دارند، تبلیغات الکترونیک به عنوان یک ابزار بسیار قدرتمند برای ارتباط با مشتریان و افزایش فروش می‌تواند نقش مهمی داشته باشد. با استفاده از تبلیغات الکترونیک، این رستورانها می‌توانند به طور مستقیم با مشتریان خود ارتباط برقرار کنند و آنها را به خرید و سفارش آنلاین غذا ترغیب کنند. با توجه به اینکه بسیاری از مشتریان امروزی فعالیت های خود را به طور آنلاین انجام می‌دهند و از اینترنت به عنوان ابزار اصلی برای جستجوی رستوران و سفارش غذا استفاده می‌کنند، حضور قوی در فضای آنلاین امری ضروری برای رستورانهای زنجیره‌ای است. در این مقاله که به روش تحقیق توصیفی گردآوری شده است ابتدا به انواع و اهمیت روش تحقیق توصیفی و دستاورد های آن اشاره داشتیم. سپس به مفهوم تجارت الکترونیک. ضرورت استفاده از آن در دنیای مدرن امروز پرداخته ایم. بررسی انواع ابزار های دیجیتال مارکتینگ و تعریف آن و همچنین توضیح ارتباط و فواید استفاده از آن را در صنعت رستوران های زنجیره ایی در بدنه این مقاله بیان شده است. بهره‌وری بازاریابی، نظر سنجی در جهت کنترل کیفیت و ارائه بهتر خدمات، توسعه بازار و برندینگ در این کسب و کار از اهمیت بازاریابی دیجیتالی و یا همان دیجیتال مارکتینگ در رستوران های زنجیره ایی است. در پایان سعی خواهیم کرد تا به چند رستوران های زنجیره ایی معتبر و سازکارشان در بازاریابی دیجیتال اشاره کنیم. در انتها اهمیت دیجیتال مارکتینگ را در این صنعت بررسی خواهیم کرد.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، ابزارهای دیجیتال مارکتینگ، بازاریابی دیجیتال، بازاریابی موبایلی، اینفلوئنسر مارکتینگ، تبلیغات تجارت الکترونیک، برند سازی، برند سازی، توسعه تبلیغات تجارت الکترونیک، رستورانهای زنجیره ای، تبلیغات اینترنتی، برندهای رستوران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2065249>

