

عنوان مقاله:

مروری بر بازاریابی توکن های غیر قابل تعویض

محل انتشار:

هفدهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد، حسابداری و بانکداری (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

علی شریفی - فارغ التحصیل مدیریت مالی از دانشگاه آزاد اسلامی نجف آباد

خلاصه مقاله:

در دهه اخیر، توکن های غیرقابل تعویض NFTs به عنوان یک پدیده برجسته در عرصه دیجیتال و بلاکچین و اکوسیستم ها ظهور کرده اند که در سال ۲۰۲۱ به اوج هایپ (هیجان) خود رسید و بازاریابان را به چالش ها و فرصت های جدیدی کشاند. این مقاله به بررسی سریع دنیای بازاریابی NFT می پردازد و به تفکیک استراتژی های نوآورانه که بازاریابان از آنها برای جلب توجه و ارتقا شناخت برند استفاده می کنند، می پردازد. از طراحی عکس ها و گرافیک های جذاب گرفته تا فعالیت در شبکه های آنلاین، بازاریابان در حال پیشبرد راهکارهای خلاقانه برای ناوبری در بازار پر فعال NFT هستند. با این حال، این مقاله به چالش هایی مانند پراکندگی بازار و نوسانات قیمت نیز اشاره دارد. همچنین، فرصت های چشمگیری که در این حوزه قابل بهره برداری هستند، از جمله ایجاد تجارب منحصر به فرد و همکاری با هنرمندان افراد مشهور، مورد بحث قرار می گیرند. این بررسی گذرا باهدف درک و مدیریت بهتر دینامیک های بازاریابی NFT، به بازاریابان کمک می کند تا به سوی موفقیت در این حوزه به رشد پیشرو حرکت کنند. این مقاله به بررسی نقش نوآورانه بازاریابی NFT در جذب توجه مشتریان و توسعه بازارهای دیجیتال می پردازد که با بهره گیری از روش تحقیق مختلط، به طرح راهکارهایی برای ارتقای استراتژی های بازاریابی مبتنی بر NFT پرداخته و تاثیر این فناوری در تعاملات تجاری و جذب مشتریان را مورد بررسی قرار می دهد. در این مقاله داده ها از منابع متنوعی از جمله مقالات علمی، گزارش های تجاری، و پلتفرم های آنلاین جمع آوری می شوند. سپس، با تحلیل دقیق این داده ها، روندها، الگوها و چالش های بازاریابی در ارتباط با NFT بررسی می شود. این مقاله با تاکید بر ارزش افزوده های که NFT ها به برندها می دهند، به بررسی چالش ها و فرصت های این فناوری در بازاریابی می پردازد. همچنین، مسائلی از جمله قانونی بودن، تمرکززدایی، حقوق مالکیت، و تاثیرات زیست محیطی نیز مورد بحث قرار می گیرد که به محققین بعدی پیشنهاد می شود که بر روی حل آن ها تمرکز کنند.

کلمات کلیدی:

توکن های قابل تعویض یا NFT، بلاک چین، اکوسیستم، بازاریابی، استراتژی، هایپ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2096618>

