

عنوان مقاله:

چالشها و راهکارهایی در رابطه با بازاریابی الکترونیکی

محل انتشار:

اولین همایش ملی رویکردهای نوین در مهندسی کامپیوتر و بازیابی اطلاعات (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

علی شیبانی - موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی آیندگان تنکابن

سبحان سلیمانی روشن - موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی آیندگان تنکابن

کامران سیار - دانشگاه آزاد اسلامی رودسر واملش

خلاصه مقاله:

این پژوهش درخصوص مسیرپیشرفت و مشکلات پیشروی بازاریابی الکترونیکی می باشد بحث بازاریابی الکترونیکی از سال 1375 شمسی درایران مطرح بوده است ولی متأسفانه هنوز به دلایل مختلف اقدامات لازم و یاباه اندازه کافی برای گسترش آن صورت نگرفته است برای بدست آوردن یک جامعه و اقتصاد سالم نیاز به رفع مشکلات موجود و آماده سازی بستر برای قبول تکنولوژیهای جدید است هدف اصلی این مقاله آگاه سازی درراه اندازی شبکه های بازاریابی الکترونیکی است که ازجمله عوامل موثرتاثیرات شبکه های اجتماعی و اینترنت در بازاریابی الکترونیکی می باشد همچنین درمقوله بازاریابی الکترونیک به بررسی موتورهای جستجو تحقیقات دروب سایت های برای بالا بردن فروش پرداخته شده و امید برآن است که بارفع بعضی ازاین مشکلات بتوان قدمی بسوی آینده برداشت

کلمات کلیدی:

بازاریابی الکترونیکی، شبکه های اجتماعی، موتورهای جستجو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/226014>

