

عنوان مقاله:

فرایند انتشار پیام های ویروسی

محل انتشار:

دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سعید سعیدا اردکانی - دانشیار دانشگاه یزد

سارا سعادت قاسن سلطانلو - دانشجوی هدیریت بازرگانی کارشناسی ارشد علوم و تحقیقات یسد

خلاصه مقاله:

در عصر معاصر با توجه به عدم ثبات در بازار، بازاریابی ویروسی ه عنوان یکی از جذابترین راهبردهای مطرح است که با توجه به کم هزینه بودن و نتایج بهتری که به دست می آورد مورد توجه قرار گرفته است. با این حال، موفقیت این نوع عمل، بستگی به عوامل مختلفی دارد که در این تحقق به آن پرداخته ایم.

کلمات کلیدی:

بازاریابی ویروسی-پویایی پیام های ویروسی-استراتژی ارسال پیام

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/231538>

