

## عنوان مقاله:

بازاریابی از طریق تلفن همراه و استراتژی های تبلیغاتی در صنعت گردشگری و مهمان نوازی

## محل انتشار:

اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

علی اکبر امین بیدختی - دکتری مدیریت و عضو هیات علمی دانشگاه سمنان

فتانه جوهری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی، دانشگاه سمنان

نرگس اکرمی صومعه بزرگ - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی برنامه ریزی و توسعه، دانشگاه سمنان

## خلاصه مقاله:

بازاریابی و تبلیغات از طریق تلفن همراه، با استفاده از دستگاههای تلفن همراه، به یک عامل مهم در ایجاد استراتژی های بازاریابی تبدیل شده است. بدون استراتژی های مناسب بازاریابی و تبلیغات یا تلفن همراه، صنعت گردشگری و هتل از روند رو به رشد مصرف کنندگان این صنعت باز خواهد ماند. این مقاله به بررسی استراتژی های بازاریابی و تبلیغاتی با تلفن همراه به عنوان یک کانال بازاریابی مورد استفاده در ترویج محصولات و خدمات گردشگری و هتل پرداخته می شود. امروزه مقاصد گردشگری با استفاده از فن آوری های جدید به ترویج محصولات و خدمات گردشگری خود روی آورده اند. این مقاله به بررسی نقش بازاریابی به وسیله تلفن همراه به عنوان استراتژی ای جدید برای ترویج محصولات و خدمات گردشگری پرداخته و همچنین به بررسی مزایا و معایب آن، اثر آن بر زنجیره عرضه و تقاضای گردشگری و همچنین به تخمینی از میزان پیشرفت این کانال در آینده پرداخته می شود. علاوه بر این، این مقاله به تجزیه و تحلیل برنامه های کاربردی تلفن همراه به عنوان یک ابزار جدید برای تبلیغات در صنعت گردشگری و هتل می پردازد. با افزایش دستگاههای تلفن همراه به طور مداوم، برنامه های کاربردی تلفن همراه می تواند یک نقش کلیدی در ارسال پیام های به موقع به مصرف کنندگان در زمان و مکان مناسب، ایفا کند. این مقاله در توسعه استراتژی های بازاریابی تلفن همراه در صنعت گردشگری و مهمان نوازی مفید می باشد. بازاریابی از طریق تلفن همراه به طور بالقوه ای در حال رشد است و می تواند به طور کامل انواع متعارف و سنتی تبلیغات را تغییر دهد.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی با تلفن همراه، استراتژی های تبلیغاتی، برنامه های کاربردی تلفن همراه، صنعت گردشگری و مهمان نوازی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/248308>

