

عنوان مقاله:

تجارت سیار و ابزارهای بازاریابی آن

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

منیجه بحرینی زاده - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر، ایران

عبدالمجید مصلح - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر، ایران

عادل پوردهقان - کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر، ایران

خلاصه مقاله:

با توجه به پیشرفت های اخیر در فناوری ارتباطات، همراه با گسترش سریع و افزایش قابلیت های دستگاه های تلفن همراه، تجارت سیار به عنوان یک کسب و کار جدید پدید آمده و تبدیل به یک بازار با پتانسیل بالا شده است. فناوری موبایل فرصت های زیادی برای بازاریابی به ویژه در ارتباطات مستقیم با مشتریان بدون موانع زمانی یا مکانی ایجاد کرده که می تواند امکان برقراری ارتباطات موثرتر با بازارهای هدف با ایجاد ارتباط دو طرفه میان بازاریاب و مشتریان فراهم سازد. در این مقاله ابتدا به بررسی تجارت سیار و بازاریابی موبایلی پرداخته شده و سپس ابزارهای بازاریابی تجارت سیار ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

تجارت سیار، بازاریابی موبایلی، ابزارهای بازاریابی موبایلی، تبلیغات موبایلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/261218>

