

عنوان مقاله:

بازاریابی از طریق شیوه های نوین ارتباطی

محل انتشار:

دومین همایش ملی مدیریت کسب و کار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

حسنعلی آقاجانی - عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران

آتنا بلبل امیری - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه مازندران،

خلاصه مقاله:

امروز، گسترش تکنولوژیهای ارتباطی و کاربرد روزافزون آنها در امور تجاری، تاثیرات شگرفی بر بازاریابی کالاها و خدمات دارد. عصر حاضر عصر ارتباطات و اطلاعات است. شرکت ها برای پیروز شدن در دنیای رقابتی امروز باید مطابق با نیاز و خواسته مشتریان عمل کنند و هم پای آنها تشکیلات و روش های خود را مدرن کنند. در این مقاله سعی بر این است که چند مورد از این روش ها و تکنیک ها جهت بازاریابی موثر توصیف شوند. این روش ها با ظهور تجارت الکترونیک پا به عرصه بازاریابی گذاشتند. در این میان اینترنت، یکی از رسانههایی است که روند اجرایی شیوههای تجاری، بویژه بازاریابی را تحت تاثیر فراوان قرار داده است. ابزارهای دیگری که مورد استفاده بازاریابان قرار گرفته عبارتند از تلفن و موبایل و شبکه های اینترنتی. روش های بازاریابی نوین برپایه این رسانه ها شکل گرفته اند که در اینجا چهار روش را که از همه جدیدتر و پرفرودارتر هستند انتخاب کرده ایم که عبارتند از: بازاریابی ویروسی، بازاریابی تلفنی، بازاریابی اینترنتی و بازاریابی موبایل. هدف ما از نوشتن این مقاله معرفی این روش ها، مزایا، کاربردها و اصول استفاده از هر کدام می باشد. تا بازاریابان بتوانند روشی را که هم برای آنها و شرکتشان و هم برای مشتریان مناسب تر است را انتخاب کنند و در نهایت به هدف اصلی خود یعنی کسب سود بیشتر دست یابند

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی ویروسی، بازاریابی اینترنتی، بازاریابی تلفنی، بازاریابی موبایل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/347450>

