

عنوان مقاله:

پیاده‌سازی کسب و کار الکترونیک از طریق بازاریابی اینترنتی

محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های کاربردی در علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

مجتبی اسمعیل پور

محمد پاسبانی

علی پورخلیل

خلاصه مقاله:

مدیریت زنجیره تأمین فرآیندی کسب و کاری است که اگرچه هنوز در حال تکامل است، ولی از چندین سال اخیر وجود داشته است. تأثیر آن بدون در نظر گرفتن اندازه، سن، بخش یا مکانی بر هر کسب و کار آشکاراست CIPS اعلام میکند که مدیریت زنجیره تأمین در سالهای اخیر با تغییرات زیادی مواجه شده است به ویژه در دهه 1980 زمانی به رسمیت شناخته شد که موجودی نگهداری شده منجر به استفاده ناکارآمد از منابعی شد که در این حال مدیریت زنجیره تأمین منطقی از خریداران عرضه کننده و مشتریان داخلی بود که میتوانند در کنار همدیگر کار کنند تا مطمئن شوند که کالاها و خدمات موردنیاز به درستی، با کیفیت مناسب و هزینه توافق شده ارائه شده‌اند. در رقابتهای جهانی موجود در عصر حاضر باید محصولات متنوع را با توجه به درخواست مشتری در دسترس وی قرار داد. خواست مشتری بر کیفیت بالا و خدمت‌رسانی سریع موجب افزایش فشارهایی شده است که قبلاً وجود نداشته است، در نتیجه شرکتها بیش از این نمیتوانند به تنهایی از عهده تمام کارها برآیند. با توجه به رشد روزافزون جمعیت و نیاز افراد به داشتن شغل، تعداد متقاضیان شغل رو به افزایش است و طبیعی است که بازار کار پاسخگوی تمام متقاضیان شغل نمیشود؛ بدیهی است که عدهای از افراد با کارآفرینی و راهاندازی کسب و کار شخصیشان میتوانند در بازار کار فعالیت کنند و از این طریق درآمدی را کسب نمایند. یکی از روشهایی که افراد میتوانند به واسطه آن کسب و کارشان را راه‌اندازی کنند، کسب و کار اینترنتی و بازاریابی از طریق اینترنت است که در این مطالعه تلاش شده است به این موضوع توجه شود.

کلمات کلیدی:

مشتری، کیفیت، رقابت، بازاریابی، تبلیغات، بازاریابی الکترونیکی، CIPS

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/381947>

