

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کمیت هدیه در فرایند آزمایش رایگان برای جذب مشتری جدید در عرصه تجارت الکترونیک مطالعه موردی سایت عکس پرینت

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

محمدرضا تشکری - دانشجوی کارشناسی ارشد MBA دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف

خلاصه مقاله:

با گسترش روز افزون تکنولوژی، اینترنت به عنوان یک کانال فروش مورد توجه بسیاری از کسب و کارها قرار گرفته است. با وجود رشد سریع تجارت الکترونیک، این عرصه هنوز با مشکلات بسیاری در زمینه جذب مشتری جدید روبروست. یکی از مدل های جذب مشتری شیوه های آزمایش رایگان است. در این مقاله به بررسی یک آزمایش بر روی صد و ده هزار نفر از کاربران اینترنت در ایران خواهیم پرداخت تا واکنش آن ها را در قبال هدیه 50 عکس رایگان و 10 عکس رایگان در یک شرایط یکسان سنجیده و نتیجه را تحلیل کنیم. در نهایت نتایج بررسی ها نشان از تاثیر انکارناپذیر میزان کمیت هدیه در فرایند آزمایش رایگان بر نرخ پاسخ بر مشتریان داشت.

کلمات کلیدی:

آزمایش رایگان، جذب مشتری جدید، تجارت الکترونیک، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/381966>

