

عنوان مقاله:

تاثیر نوع و طراحی وب سایت بر رفتار و وفاداری مشتریان آنلاین

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

بهاره ریخته گران - مدیر سایت فروشگاه شرکت الماس

ابک حریری - مدیر عامل شرکت الماس

خلاصه مقاله:

امروزه کسب و کارها به سوی الکترونیکی شدن میروند ولی در ایران علی رغم رشد چشمگیر جهانی، فروش اینترنتی آمار ناچیزی دارد و افراد تمایل کمی به خرید از خرده فروشهای اینترنتی دارند. لذا باید تلاشی در جهت شناسایی عواملی که بر خرید اینترنتی و فروش اینترنتی تاثیر دارند انجام گیرد. افزایش محبوبیت خرید آنلاین خصوصا در کشورهای پر جمعیت جهان در حال حاضر، احتمال تبدیل شدن آن را به بزرگترین بازار در آینده افزایش داده است. در ادبیات دانشگاهی، کیفیت وب سایت به طور کلی به عنوان یک قدم مهم برای مدیریت کسب و کار آنلاین و به عنوان عاملی برای حفظ و افزایش وفاداری مشتریان شناخته شده است. به این ترتیب، مطالعات زیادی بر روی کیفیت وب سایت و ارزیابی تاثیرات آن بر رفتار مشتری اختصاص داده شده است. با این حال تلاش های تحقیقاتی، نیاز به درک استفاده از وب سایت در رابطه با رفتار مشتریان آنلاین دارد. به این منظور مقاله به طور سیستماتیک به بررسی و خلاصه عوامل موثر بر وفاداری و پارامترهای طراحی سایت موثر بر آن با استناد بر پنج مقاله ارائه شده در این زمینه پرداخته است

کلمات کلیدی:

طراحی سایت، وفاداری مشتریان آنلاین، متدولوژی، کسب و کار آنلاین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/493671>

