

عنوان مقاله:

بازاریابی تعاملی هوشمند با رویکرد اینترنت اشیا

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی انسجام مدیریت و اقتصاد در توسعه شهری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سبحان اسماعیلی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات شبکه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی،

سپیده آقایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی مالی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران غرب،

خلاصه مقاله:

امروزه اینترنت اشیا باعث ایجاد تغییر و تحول در تمام جنبه های زندگی روزمره و از جمله کسب و کار گردیده است در این میان توسعه سریع ارتباطات و محاسبات همراه زمینه و فرصت مناسب تری را برای این تغییر و تحول فراهم کرده و باعث ایجاد نسل جدیدی از بازاریابی تحت پارادایم بازاریابی تعاملی هوشمند گردیده است. این نسل جدید از بازاریابی، به این دلیل که مشتریان در خرید تنها به دنبال برطرف کردن نیاز های اولیه خود نیستند و علاقه مندند که نظراتشان در محصولات خریداری شده اعمال شود از مدت ها پیش احساس می شد. در این مقاله ما به بررسی بازاریابی تعاملی هوشمند با رویکرد اینترنت اشیا پرداخته و تاثیرات این روش را بر بازاریابی سنتی و تامین نیاز های مشتریان مورد بررسی قرار می دهیم.

کلمات کلیدی:

اینترنت اشیا، بازاریابی تعاملی هوشمند، بازاریابی مدرن، تامین نیاز های مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/563167>

