

عنوان مقاله:

بررسی فاکتورهای کلیدی موفقیت سیستم های بازاریابی مقصد مبتنی بر وب

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسنده:

مهسا سیدمصطفوی - فارغ التحصیل کارشناس ارشد General MBA از دانشگاه شریف و مالتی مدیا مالزی

خلاصه مقاله:

در سالهای اخیر تلاش های فراوانی در جهت ایجاد سیستم های اطلاعاتی جامع برای بازار مقصد شده است که یا برخیز این تلاشها با شکست مواجه شده اند و یا تنها در مدت زمان کوتاهی توانسته اند به اهداف مورد نظر دست یابند. اگرچه تلاش های تحقیقاتی در جهت بررسی جنبه های سیستم های آنلاین مورد استفاده سازمان بازاریابی مقصد انجام شده است ولی اکثر تحقیقات در این حوزه، نیاز به مطالعاتی دارند که به طور سیستماتیک فاکتورهای حیاتی مدیریت و اجرای سیستم های بازاریابی مبتنی بر وب را مشخص نمایند. هدف این مقاله نیز ارزیابی چنیفاکتورهایی برای سیستم های بازاریابی مبتنی بر وب در سطح کشور، شهر و سطوح نواحی سازمان بازاریابی مقصد است. در این مقاله همچنین به بررسی فاکتورهای مهم سیستم های بازاریابی مقصد مبتنی بر وب در ایران پرداخته و نتایج آرایه می گردد.

کلمات کلیدی:

سازمان های بازاریابی مقصد (DMO)، و سایت، مجامع جذب بازدید کننده (CVB) بررسی فاکتورهای کلیدی موفقیت سیستم های بازاریابی مقصد مبتنی بر وب

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/614833>

