

عنوان مقاله:

تجارت الکترونیک در بستر شبکه های اجتماعی

محل انتشار:

دومین همایش ملی کامپیوتر، فناوری اطلاعات و ارتباطات اسلامی ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

سحر شعبانی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیکی، گروه مهندسی کامپیوتر، تهران، ایران

مجید حق پرست - عضو هیات علمی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شهرری، گروه مهندسی کامپیوتر، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

در محیط رقابتی، پیچیده و پویای امروزی در نظام بانکداری، کوچکترین تفاوت موجود در خدمات در کنار افزایش تقاضای مشتری می تواند منجر به نقل و انتقالات عظیم در این صنعت می شود در سال های اخیر رقابت بر سر جذب مشتریان سازمان ها راواداشت تا از روش هایی نوین جهت وفاداری نمودن مشتریان استفاده و روشهای گذشته را توسعه دهند، درواقع ارزش مشتری بیش از بهایی است که می کند. امروزه سازمانها و بانک ها بر روی وفاداری مشتری به عنوان هدف اصلی خود تمرکز دارند و این امر از جمله مولفه هایی است که بر آن تاکید می شود. در این پژوهش ضمن آنکه به تعریف شبکه های اجتماعی پرداخته می شود، زیرساخت ها، ویژگی ها و نیازمندیهای آن را مورد بررسی قرار می دهیم.

کلمات کلیدی:

نظام بانکداری، شبکه های اجتماعی، نیازسنجی اقتصادی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/680847>

