

## عنوان مقاله:

نقش برند ها و نمایش ویژگی کالا ها بر تاثیر خرید مشتریان در خرید آنلاین

## محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

سید علیرضا نجفی - دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات تجارت الکترونیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز

امیر رضا استخریان - استادیار گروه کامپیوتر و فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز

## خلاصه مقاله:

با گسترش روز افزون تجارت الکترونیک و تحول در خرید اینترنتی به جای خرید سنتی، فروشگاه های اینترنتی زیادی در شهرها و در کشورها و حتی فروشگاه های بزرگی مانند ebay , amazon در سطح گسترده تر و جهانی پا به عرصه رقابت گذاشته اند. برای پیشرفت در تجارت الکترونیک و ایجاد یک بستر مناسب برای خرید اینترنتی برای مشتریان نیازمند عوامل متعددی می باشد، بررسی عوامل موثر در خرید آنلاین برای فروشگاه های اینترنتی در پیشی گرفتن راهبردهای مناسب در زمینه عواملی مانند سامانه پرداخت وجه، ایجاد بک وب سایت مناسب با توجه به کالا های فروشگاه کالاهایی با برند های معتبر، نمایش ویژگی کالاها با استفاده تصاویر و ویدیو ها، و پیگیری و پشتیبانی آنلاین خرید، که تمام موارد به بالا بردن سطح اعتماد و امنیت مشتریان و راحتی در خرید آنلاین مشتریان را به همراه دارد و در نهایت موفقیت در تجارت الکترونیک را به همراه دارد. در این مقاله سعی شده با بررسی یک عامل موثر در فروشگاه های اینترنتی معتبر یعنی کالاهایی با برندهای معتبر و نمایش ویژگی کالا ها در خرید آنلاین تاثیر خرید مشتریان را در خرید آنلاین نسبت به کالاهای دیگر و نهایتا سودآوری فروشگاه اینترنتی را بررسی نماییم.

## کلمات کلیدی:

خرید آنلاین، برندها، ویژگی کالاها، عوامل موثر، اعتماد، سودآوری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/687079>

