

عنوان مقاله:

روش جدید بازاریابی شبکه ای برای بنگاههای خرده فروشی الکترونیکی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی شهر الکترونیک (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

کاوه احمدی - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر، گروه کامپیوتر

سیدمسیح الله رشتیان - عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور واحد کاشان، گروه کامپیوتر

خلاصه مقاله:

تجارت الکترونیک با حذف موانع زمان و مکان، تسهیل شرایط برای ورود رقبای خارجی و داخلی، و همچنین کمزنگ کردن اثر مزیت رقابتی ماندگار عرصه رقابت را برای فعالان این حوزه بسیار سخت نموده است. در چنین شرایطی بازاریابی الکترونیکی اهمیتی دو چندان می یابد. در بین روشها مختلف بازاریابی الکترونیکی، بازاریابی شبکه ای (Network Marketing) همواره از بحث برانگیزترین روشهای بازاریابی بوده است شباهت بسیار زیاد این روش به شیوه بازار یابی هرمی (Pyramid Scheme) مشکلات زیادی را ایجاد کرده و در مواردی موجب مورد انتقاد قرار گرفتن و غیرقانونی خوانده شدن روشهای بازاریابی شبکه ای شده است در همین رابطه و به منظور تمیز دادن شرکتهای فعال در بازاریابی شبکه ای از شرکتهای فعال در شیوه هرمی انجمنهای بین المللی متعددی ایجاد شده اند. شرکتهای معتبر بازاریابی شبکه ای معمولاً از این انجمنها دارای گواهینامه و یا تاییدیه می باشند. هدف از این مقاله ارائه روشی جدید برای بازاریابی شبکه ای است که مشکلات شیوه هرمی را نداشته و در شرایط مساوی بهتر از روشهای بازاریابی شبکه ای موجود عمل نماید. در این مقاله ضمن تحلیل مشکلات شیوه هرمی، روشی جدید برای بازاریابی شبکه ای برای بنگاههای خرده فروشی الکترونیکی معرفی و با سایر روشهای بازاریابی شبکه ای مقایسه می شود با استفاده از معیارهای معتبری که برای تمیز دادن شیوه هرمی از بازاریابی شبکه ای وجود دارد قانونی بودن روش پیشنهادی تبیین خواهد شد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی شبکه ای، بازاریابی الکترونیکی، شیوه هرمی، خرده فروشی الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/71949>

