

## عنوان مقاله:

خرده فروشی بر مبنای سرگرمی

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی مدیریت راهبردی خدمات 1396 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

لاله رحیمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی هشت بهشت، اصفهان، ایران.

مژگان بهرامی - استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی هشت بهشت، اصفهان، ایران.

## خلاصه مقاله:

خرید دیجیتال از طریق خریداران جوان در حال تبدیل شدن به یک روند روز افزون است ، بنابراین برای خرده فروشان ضروری است که جهت جلوگیری از منسوخ شدن توسط همتایان دیجیتال خود وارد عرصه رقابت شوند. یکی از ابزارهای مهم برای خرده فروشان جهت انجام این مهم ایجاد ارزش افزوده سرگرمی برای تعامل بیشتر با مشتری و ایجاد ذهنیت مثبت در مشتری نسبت به خرده فروشی است. در همین راستا مفهوم جدید خرده فروشی بر مبنای سرگرمی وارد ادبیات خرده فروشی شده است و مقاله حاضر به معرفی آن و آرایه فاکتورهای حیاتی موفقیت بازاریابی خرده فروشی بر مبنای سرگرمی خواهد پرداخت.

## کلمات کلیدی:

خرده فروشی بر مبنای سرگرمی ، بازاریابی حسی ، واقعیت افزوده ، ارزش افزوده سرگرمی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/748800>

