

عنوان مقاله:

بازاریابی موثر شرکت های تجاری بزرگ با استفاده از مدیریت دانش و کلان داده ها از شبکه های اجتماعی

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی نقش مدیریت در چشم انداز ۱۴۰۴ (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

محمدحسین موذن رضامحله - کارشناسی ارشد مهندسی نرم افزار دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

خلاصه مقاله:

امروزه با تغییر شرایط کسب و کار و ظهور فرآیند ها و محصولات جدید، شرایط بازاریابی و فروش محصولات نیز دچار تحول شده است. در شرکت های مختلف تبلیغات یکی از مهم ترین ارکان بازاریابی است که کمک می کند تا مشتریان به سمت مصرف تولیداتشان روی بیاورند. بنا بر این نیاز داریم تا شرکت ها از تصمیم های هوشمندانه ای جهت بهبود بازاریابی کسب و کار خود استفاده کنند. با توجه به زیاد بودن تعداد رقبا و افزایش تنوع در محصولات، تنها شرکت هایی می توانند مشتریان را به سمت خود جذب کنند که از بازاریابی بهتری برخوردار باشند. مدل های زیادی از مدیریت دانش بازاریابی برای کنترل عملکرد کسب و کار تا ایجاد تغییر و رسیدن به یک بازار کار با بهترین بازده و عملکرد مطلوب ارائه شده اند. توجه به مدیریت دانش بازاریابی موجب جلب رضایت مشتریان، دریافت احساس ارزشمند بودن تقاضاهایشان، همکاری متقابل مشتریان برای ارائه اطلاعات دقیق از نیازهایشان و کمک به انجام برنامه ریزی های استراتژیک می شود. با استفاده از بازاریابی مدیریت دانش می توان میتوان قدرت زنده ماندن و حذف نشدن فعالیت های اقتصادی شرکت را در رقابت با دیگر سازمان ها و در شرایط بد اقتصادی افزایش داد

کلمات کلیدی:

بیگ دیتا، کلان داده، شرکت های تجاری، مدیریت دانش، شبکه های اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/844932>

