

عنوان مقاله:

پیش بینی ها و تکنیک های موثر بر ترند های تجارت الکترونیک سال 2018 و 2019 میلادی

محل انتشار:

سومین کنفرانس علمی پژوهشی رهیافت های نوین در علوم انسانی ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

حجت عباسی - عضو هیئت علمی فناوری اطلاعات و کامپیوتر، دانشگاه پیام نور، یزد

مرضیه سیوندیان - دانشجوی کارشناسی ارشد، گرایش فناوری اطلاعات، دانشگاه پیام نور، مرکز مهریز

خلاصه مقاله:

در این مقاله تکنیکهایی را بررسی کردیم که بر ترندهای دیجیتال مارکتینگ و تجارت الکترونیک سال 2018 تاثیر مستقیم گذاشته و می توانسته تعیین کننده میزان فروش و برندینگ و جذب بیشتر مشتری شود. در سال های اخیر با رشد و نوآوری فناوری اطلاعات و ارتباطات شاهد آن هستیم که تجارت الکترونیک نیز با پیشرفت های شگرفی در زمینه جذب مشتری روبرو بوده است تا به آنجا که با رشد شبکه های اجتماعی و ارتباطات جمعی، متولیان برآن شده اند تا از طریق این شبکه ها به جذب بیشتر مشتریان و میزان فروش و ثبت هرچه بهتر برندینگ خود اقدام نمایند. در این راستا، با توجه به رشد سریع تکنولوژی ها در این عرصه خواستار آن شدیم که با توجه به مقاله هایی که به پیش بینی پیشرفت ترندهای مهم بازاریابی در سال های 2018 و 2012 صورت گرفته، مقایسه ای بس کوچک از نظر پیشرفت در این سال ها بپردازیم. بر همین اساس به توضیحات مقدماتی درمورد ترند و مگا ترند پرداخته و سپس تکنیک هایی که در پیشرفت ترندهای 2018 موثر و مورد پیش بینی قرار گرفتند را بررسی میکنیم و همچنین ترندهای برتر این سال را بازگو می کنیم و در آخر نیز پیش بینی مختصری از پیشرفت ترندها در سال 2012 خواهیم داشت. آنچه در این مقاله می خوانید: مهمترین ترند و نوآوری در سراسر زندگی روزمره مشتری، برای آگاهی از استراتژی تجارت الکترونیک در سال 2018 با استفاده از ساختار برنامه ریزی Race است. دانستن تکنیک های کلیدی برای بهبود نرخ تبدیل افراد برای هر استراتژی بازاریابی تجارت الکترونیک حیاتی است. ما نگاهی به بزرگترین روندهای بازاریابی تجارت الکترونیک خواهیم داشت تا به طور جدی در مورد اتخاذ روند مناسب در سال 2018 برای حرکت رو به جلو نسبت به رقبا مورد تفکر واقع شود.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، ترند های تجارت الکترونیک، بازاریابی، شبکه های اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/880438>

