

عنوان مقاله:

تاثیر عملکرد وبسایت و بازاریابی الکترونیک بر رضایت مشتری در خرید آنلاین

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

امین آذری - گروه مدیریت فناوری اطلاعات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

بازاریابی آنلاین یکی از مهمترین بخش های تجارت الکترونیک است و در صورتی که همراه با جلب رضایت مشتری باشد می تواند باعث رونق کسب و کار آنلاین شود. خرید آنلاین یکی از انواع تجارت الکترونیک است 1 که عموماً از طریق وب سایت ها انجام می پذیرد. وب سایت ها مهم ترین پل ارتباطی بین مدیران سایت و مشتریان هستند و مستقیماً بر رضایت مشتری اثر می گذارند. تمرکز اصلی این مقاله نیز بر ویژگی های مناسب یک وب سایت و ارتباط آن با رضایت مشتری است. در این مقاله ابتدا به بحث درباره رضایت مشتری و اهمیت آن پرداخته شده، سپس به مواردی که منجر به جلب رضایت مشتری می شوند از جمله ویژگی های سایت مناسب و قابلیت های آن پرداخته می شود. همچنین روش های جمع آوری اطلاعات مشتریان که بحث بسیار مهمی در تجارت الکترونیک است بررسی خواهد شد. مقوله تبلیغات آنلاین مبحثی بسیار گسترده است که یکی از زیر مجموعه های آن، بازاریابی الکترونیک بوده که در این مقاله به آن پرداخته خواهد شد. در ادامه مقوله بازاریابی از طریق پست الکترونیک، از جمله سرمایه گذاری در این بخش و مهم تر از همه، عوامل مهم بازاریابی به تفصیل پرداخته می شود. در این مقاله سعی بر این است خواننده پس از مطالعه، با پارامترهای اصلی تجارت الکترونیک و وب سایت ها آشنا شده و بتواند آن ها را در وب سایت خود پیاده سازی کند.

کلمات کلیدی:

تاثیر عملکرد وب سایت، بازاریابی الکترونیک، رضایت مشتری، خرید آنلاین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/883115>

