

عنوان مقاله:

ارزیابی بازاریابی بارویکرد هماهنگی و یکپارچه سازی

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مهندسی کامپیوتر و نرم افزار (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سعید رنجبر - دانشگاه آزاد اسلامی واحد سپیدان

مرتضی زلف پورآرخلو

خلاصه مقاله:

یکی از بخش های حساس و مهم بازاریابی، ارتباطات است و موثرترین و سود مند ترین شیوه مدیریت آن مفهومی است که ارتباطات یکپارچه بازاریابی نامیده می شود. یکی از اجزای ترکیب بازاریابی ترویج است و آن چگونگی ارتباط ما با مشتری را بیان می کند. برای ترویج موثر خودتان، شما بایستی مشتریان و انتظارات آنها را بشناسید. اهداف زیادی برای ترویج خودتان وجود دارد مثل ایجاد آگاهی، تحریک تقاضا، تشخیص نیازها، حفظ مشتریان، جنگ با رقبا و غیره. نباید فراموش کنید که روش شما هر چه باشد فعالیت ترویجی شما باید توجه مشتری را جذب کند، در او علاقه ایجاد کند، او را به خرید تحریک و نحوه خرید را برای او مشخص کند

کلمات کلیدی:

ارتباطات، بازاریابی، یکپارچه سازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/899938>

