

عنوان مقاله:

تکنیک های قیمت گذاری در بازاریابی اینترنتی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

حسین وظیفه دوست - استاد تمام و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات

نرگس رحیمیان - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات

خلاصه مقاله:

تغییرات و پیشرفت های سریع دنیای امروز در دنیای بازاریابی نیز دیده می شود. بازاریابی اینترنتی از جمله این تغییرات است. شرکت ها سرمایه گذاری زیادی بر بازاریابی آن لاین می کنند، به این دلیل که اثربخشی بسیاری دارد، به بازگشت بهتر و سریع تر سرمایه کمک کرده و تصویر کلی شرکت را بهبود میدهد. یکی از عناصر مهم بازاریابی که تاثیر مهمی در رقابت بازار دارد، قیمت می باشد و به همین دلیل قیمت گذاری از مراحل مهم و البته دشوار بازاریابی است. تحقیقات زیادی درباره موضوع تکنیک های قیمت گذاری در بازاریابی اینترنتی صورت گرفته است که این مقاله هم با مروری بر آنها به بررسی این موضوع می پردازد. بهینه سازی قیمت گذاری در تجارت آن لاین مهم ترین هدف کاربردی این بحث می باشد و در پایان بحث می توان به این نتیجه رسید که قیمت گذاری سنتی دیگر نمی تواند به تنهایی در بازاریابی اینترنتی مورد استفاده قرار گیرد و برای کارآمد بودن در بازار اینترنتی باید از تکنیک های جدید قیمت گذاری استفاده نمود.

کلمات کلیدی:

بازاریابی اینترنتی، قیمت گذاری، رقابت، فروشنده، مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/915045>

