

عنوان مقاله:

بررسی و مقایسه بازاریابی اینترنتی و بازاریابی موبایلی در جذب مشتریان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد، حسابداری و بانکداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

نسیم حسین زاده نصرتی - مدرس گروه مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی سراج، تبریز، ایران

فروغ حسن زاده اقدم - دانشجوی کارشناسی مدیریت صنعتی، موسسه آموزش عالی سراج، تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

بازاریابی موبایلی یک روش از بازاریابی به وسیله تلفن های همراه هوشمند است. بازاریابی موبایلی می تواند در کوتاه ترین زمان، به توسعه و ترویج محصولات بپردازد. بازاریابی اینترنتی، بازاریابی آنلاین یا آنلاین مارکتینگ، یک روش بازاریابی است که در آن، از ابزارها و رسانه های آنلاین استفاده می کنند. هنر بازاریابی اینترنتی به معنای یافتن ترکیبی مناسب از استراتژی های بازاریابی اینترنتی است که سبب جذب بازار هدف می شود و در واقع امکان فروش را فراهم می آورد. ما در این پژوهش قصد داریم به مقایسه این دو مقوله بپردازیم.

کلمات کلیدی:

بازاریابی اینترنتی، بازاریابی موبایلی، جذب مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/916132>

