

عنوان مقاله:

طراحی مدل کسب و کار بازاریابی اینترنتی دیجیتال

محل انتشار:

کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه پایدار (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

علی اصغر نصیری - دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران

خلاصه مقاله:

اینترنت به دلیل بعضی از ویژگی های خاص خود تغییرات اساسی را در بازاریابی سنتی به وجود آورده است و بکارگیری آن در ارتباطات بازاریابی، مدل سنتی یک به چند را به مدل جدید چند به چند تبدیل کرده است لذا کمتر سازمانی وجود دارد که برای ادامه حیات خود نیاز به این دستاورد بشری نداشته باشد. عدم شناخت و آگاهی نسبت به مدل های بازاریابی مبتنی بر اینترنت یکی از مشکلات اساسی سازمانها است. از طرفی صاحبان کسب و کار بدنبال رشد سازمان خود با کمترین تعهدات، هزینه و مشکلات و مسئولیت های ناشی از بکارگیری منابع انسانی جدید هستند و از طرفی شرکت های بسیاری زمان و منابع لازم برای توسعه و مدیریت نام تجاری دیجیتال خود را به طور خاص ندارند. برون سپاری فناوری اطلاعات پروژه به طور گسترده ای توسط سازمان برای رقابت در کسب و کار جهانی مورد استفاده قرار می گیرد. هدف این مقاله معرفی مدلی از برون سپاری فناوری دیجیتال جهت ارتقا راندمان و کارایی سازمانها از طریق برونسپاری فناوری اطلاعات جهت افزایش سهم بازار و ایجاد یک سیستم یکپارچه داده مبتنی بر فرایندهای بازاریابی می باشد. این تحقیق با بیان فرصت های ایجاد شده در برونسپاری فناوری اطلاعات، معایب و ایرادات وارده بر آن را نیز روشن می سازد و در این راستا به معرفی استارتاپ باد (بازار یابی اینترنتی دیجیتال) می پردازد. روش بکار رفته در این تحقیق مبتنی بر تحلیل محتوا و تحقیقات کتابخانه ای بوده و با بررسی روابط بین متغیر های موجود در بهینه سازی فروش و خدمات کسب و کار بازاریابی اینترنتی دیجیتال (باد) صورت گرفته است. در ادامه با بررسی مدل لین کنواس (بوم ناب) این کسب و کار جنبه های جدیدی از این استارت اپ نشان داده می شود. یافته های این تحقیق نشان می دهد که فرایند برونسپاری خدمات دیجیتال در فن آوری اطلاعات از دید راهکار مفیدی برای افزایش سهم بازار می باشد. نتایج این تحقیق به سازمانهای دولتی یا نیمه دولتی و شرکت های خصوصی مبتنی بر ارائه خدمات و کالا توصیه می گردد. همچنین صاحبان و مدیران کسب و کارهای کوچک و متوسط و نیز کارآفرینان جوان و سایر فعالان این حوزه نیز برای توسعه کسب و کار خود و کاهش هزینه ها می توانند از نتایج این تحقیق استفاده نمایند. این تحقیق برای اولین بار به نقش تبدیل اطلاعات به پول در زمینه بازاریابی فروش محصولات تمرکز کرده و مراحل عملی آن را در فرایند کسب و کار نشان می دهد.

کلمات کلیدی:

مدل کسب و کار، کسب و کار الکترونیک، بوم کسب و کار، بازاریابی دیجیتال، بازار یابی اینترنتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/987521>

