

عنوان مقاله:

تحلیل و بررسی مزایای شبکه های اجتماعی در بهبود تجارت الکترونیک

محل انتشار:

سیزدهمین کنفرانس دانشجویی مهندسی برق ایران (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

امیدرضا نظیفی - جهاد دانشگاهی مشهدگروه کامپیوتر

نویدرضا نظیفی - جهاد دانشگاه مشهد

سمیه مهرآبادی - جهاد دانشگاهی مشهد

خلاصه مقاله:

در این مقاله به بررسی مفهوم و انواع تجارت الکترونیک و عوامل تاثیرگذار در آن پرداخته و به وسیله استفاده از شبکه های اجتماعی به رفع آن معایب می پردازیم در شبکه های اجتماعی سعی می شود که از طریق برخی مشتریان بالقوه در سایر مشتریان نفوذ پیدا کرده و آنها را به سمت خرید محصولات تشویق کرد این شبکه ها با اطلاعات به دست آمده از روابط بین کاربران و شباهت بین رفتار کاربران و خصوصیات محصولات پیشنهادهایی را توسط پیشنهاد دهنده به مشتریان ارائه می کنند. مادراین مقاله به بررسی موارد فوق پرداخته و به ارائه تکنیکهایی جهت افزایش رضایت مشتری و اعتماد او می پردازیم.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی، تجارت الکترونیک، عاملهای پیشنهاد دهنده، نفوذ اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/99381>

