



## ارزیابی عملکرد بازاریابی دیجیتال بر رضایت مشتریان بر فروش گوشی تلفن همراه

علیرضا اکبری<sup>۱</sup>، هادی حیدری رمی<sup>۲</sup>، سید احسان میرانی انارمرزی<sup>۳</sup>

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه غیرانتفاعی محدث نوری واحد نور

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه غیرانتفاعی محدث نوری واحد نور

۳- عضو هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه علامه محدث نوری

### چکیده

مدیران شرکت های بازاریابی الکترونیک به منظور دستیابی به هدف فروش بالا در این عرصه دست به اقدامات متنوعی در زمینه فروش انجام می دهند؛ که با توجه به اهمیت فروش دستگاه های گوشی تلفن همراه و فروش بالای این نوع محصولات و تنوع زیاد برندهای موجود در بازار؛ اهمیت بازارهای دیجیتالی به چشم می خورد. بنابراین بررسی رضایت مشتریان در زمینه عرضه محصولات و خدمات دهی مشتریان بسیار مهم می باشد. در پژوهش حاضر که با هدف ارزیابی عملکرد بازاریابی دیجیتال بر رضایت مشتریان بر فروش گوشی تلفن همراه در ایران صورت گرفته است از افراد با پیشینه خرید دیجیتال و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه رضایت مشتریان می باشد. در پژوهش حاضر از نظر هدف در زمره پژوهش های کاربردی، از دیدگاه جمع آوری داده ها، توصیفی و از نوع پیمایشی و از نظر ماهیت، از نوع همبستگی است. تحلیل آماری حاصل از نتایج گویه های پرسشنامه نشان دادند که فروش بازاریابی دیجیتال در بازار از رضایت قابل قبولی برخوردار بوده است و بین رضایت مشتریان و خدمات دیجیتالی فروش گوشی تلفن همراه رابطه معنی داری وجود دارد و بین اعتماد به مراکز فروش بازاریابی الکترونیک با رضایت مشتریان رابطه معنی داری وجود دارد و قیمت مناسب این فروشگاه ها نسبت به نمونه های مشابه در بازار حضوری باعث شده که هر روزه بر فروش بازار دیجیتال افزوده شود.

**کلید واژه ها:** رضایت مشتریان، بازاریابی دیجیتال، گوشی تلفن همراه