



بازاریابی در تجارت الکترونیک

مهدی علیرضا نژاد^۱، سحرمتاجی نیمور^{۲*}

۱- استادیار، گروه کامپیوتر، دانشکده فنی و مهندسی، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته فناوری اطلاعات، گرایش مدیریت سیستم های اطلاعاتی، موسسه آموزش عالی پویندگان

دانش چالوس، مازندران، ایران

خلاصه

امروزه ظهور فناوری اطلاعات و سرعت رشد آن، مفهوم بازاریابی را نیز تحت تاثیر خود قرار داده است. از یک سو فناوری اطلاعات ماهیت بازارها را تغییر داده است که در نتیجه آن بازارهایی تحت عنوان بازار های اینترنتی و بازارهای مجازی مورد توجه قرار گرفته است که این نوع بازارها ماهیتی کاملاً متفاوت از بازارهای فیزیکی دارند. شرکت هایی که بخواهند در تجارت الکترونیک موفق باشند داشتن ویژگی های بازاریابی در محیط الکترونیک الزامی است. شکی نیست که زندگی ما بدون حضور تبلیغات و بازاریابی، باعث محرومیتمان از خیلی چیزهای ارزشمند میشود. با داشتن یک وب سایت و تبلیغات اینترنتی، صاحبان و مدیران آن وارد عرصه تجارت الکترونیک می شوند. و امکان استفاده از راهکارهای تجارت الکترونیک برای آنها بوجود می آید. هدف اصلی در این مقاله بررسی بازاریابی الکترونیک در تجارت الکترونیک می باشد و همچنین سعی خواهیم کرد مفهوم و مزیت ها و استراتژی ها در زمینه بازاریابی الکترونیک را ارائه کنیم.

کلمات کلیدی: بازاریابی، تجارت الکترونیک، بازاریابی الکترونیک، فناوری اطلاعات

۱. مقدمه

ظهور اینترنت، دستیابی آسان و ارتباط نسبتاً مرقون به صرفه ای را بین شرکت ها و مشتریان شان ایجاد کرده است و فرصتی را برای استفاده از فناوری اطلاعات جهت ارائه خدمات به مشتری فراهم نموده است. [۱] دسترسی تعداد زیادی از مردم جهان به شبکه جهانی اینترنت و گسترش ارتباطات الکترونیک بدین افراد و سازمان های مختلف از طریق دنیای مجازی، بستری مناسب برای برقراری مراودات تجاری و اقتصادی فراهم کرده است. تجارت الکترونیک عمده ترین دستاورد به کارگیری فناوری ارتباطات و اطلاعات در زمینه های اقتصادی است. در همین ارتباط، بازاریابی اینترنتی اصطلاحی است که عموماً بدین معنی است: دستیابی به اهداف شرکت از طریق برآوردن و فراتر رفتن از نیازهای مشتریان به نحوی بهتر از رقبا با استفاده از فن آوری های دیجیتالی اینترنت. [۲]

در مقایسه با تبلیغات سنتی، تبلیغات اینترنتی از مزایای قابل توجهی برخوردار است که از آن جمله میتوان ایجاد روابط دوطرفه با مخاطب، هزینه نسبتاً پایین، دسترسی جهانی و شبانه روزی، بهبود اطلاع رسانی، بروزرسانی آسان و هدف گیری

*Email:saharmataji1998@gmail.com