

تأثیر فناوری دیجیتال بر جذابیت برند شرکت ها

فاطمه متاجی نیموری^{۱*}
بابک حاج آخوندی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۴/۱۰

چکیده

امروزه تحول دیجیتال، تغییری شگرف در عملکرد یک سازمان بوجود آورده است. اینترنت اشیا، رایانش ابری، اپلیکیشن‌های موبایل، رسانه‌های اجتماعی، واقعیت مجازی و افزوده، تحلیل‌گری داده، هوش مصنوعی و بلاک‌چین از مهم‌ترین انواع فناوری‌های دیجیتال هستند. تحول دیجیتال به معنی استفاده تزئینی و مدگرایانه از فناوری‌ها نیست، بلکه زمانی می‌توانیم مدعی تحول دیجیتالی شویم که این فناوری‌ها، مدل‌های کسب و کار، تجربه‌های ذینفعان (مانند مشتریان و کارکنان در سطح سازمانی) و فرایندهای عملیاتی ما را به نحو مطلوبی زیر و رو کرده باشند و منجر به محبوبیت بیشتر شرکت‌ها نزد مشتریان گردد. مفهوم تحول دیجیتال، مفهوم جدید در عرصه کسب و کار محسوب می‌شود. با این حال پژوهش‌هایی که به طور خاص به موضوع تحول دیجیتال پرداخته‌اند، اندک است. به همین جهت در این تحقیق به بررسی تأثیر تحول دیجیتال بر جذابیت برند شرکت‌ها پرداختیم

واژگان کلیدی

فناوری، عصر دیجیتال، تحول دیجیتال، جذابیت برند شرکت.

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت، مدرس دانشگاه غیرانتفاعی علامه محدث نوری، نور، ایران (*نویسنده مسئول):

Fmatajinemvar@yahoo.com

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت پروژه، دانشگاه غیرانتفاعی علامه محدث نوری، نور، ایران (Babak.h.akhoundi@gmail.com)