



مروری بر نقش بازاریابی الکترونیکی در توسعه اقتصادی

سمیه بخشی کیا^۱

^۱ کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی همدان

نویسنده مسئول: سمیه بخشی کیا

چکیده: اهمیت برنامه ریزی برای بازار یابی در چند سال اخیر رشد فزاینده ای داشته است. در بازار یابی ابتدا باید هویت هر مشتری را مشخص کنید و خصوصیات هر یک از آن‌ها را به طور مجزا مورد بررسی قرار دهید. هر چه میزان ارتباط برقرار شده میان شما و مشتریان نزدیک تر و صمیمی تر باشد، به همان نسبت می‌توانید آن‌ها را به سازمان خود وابسته کنید. برقراری این ارتباط صمیمی نیازمند کسب اطلاعات دقیق از مشتریان است. بازاریابی الکترونیکی به عنوان یکی از مهمترین جنبه‌های نوآوری در انجام فرایندهای کسب و کار، توسط سازمان‌ها و شرکت‌های زیادی در سطح جهان به کار گرفته شده است. در این پژوهش موضوع بازار یابی الکترونیکی و تأثیرات، چرخه بازار یابی الکترونیکی، عوامل موفقیت در بازار یابی الکترونیکی به تفصیل مورد بحث قرار گرفته، و چالش‌ها و موانع مؤثر بر پذیرش و استفاده از آن نیز تشریح می‌گردند.

کلمات کلیدی: بازار یابی الکترونیکی، آمیخته بازاریابی، مشتری، تجارت الکترونیک

۱. مقدمه

با گسترش فناوری و ارتباطات و ورود به محیط‌های کاری، جهان شاهد ارتباط تنگاتنگ کاربرد فناوری اطلاعات در شرکتهای جهانی و سازمان‌ها، بهبود عملکرد و نیز دستیابی بهتر به اهداف سازمانی بوده است. همراهی واژه الکترونیک با واژه‌هایی نظیر تجارت، کسب و کار، بازار یابی، و... نشانگر فلسفه نوینی است که مدیران و سازمان‌ها می‌باید به منظور کسب و حفظ مزیت رقابتی دنبال نمایند [۱]. در واقع، یکی از روندهای مهم در دهه اخیر استفاده فزاینده از اینترنت جهت انجام کسب و کار هاست. این روند از مزایایی سرچشمه می‌گیرد که به شرکت‌هایی که از این رسانه استفاده می‌نمایند، تعلق می‌گیرد [۲]. تجارت الکترونیکی در اوایل دهه ۱۹۹۰ بیشتر جنبه تجاری به خود گرفت و کاربران شروع به مشارکت در شبکه گسترده جهانی نمودند، واژه‌های کسب و کار الکترونیکی، تجارت الکترونیکی، و بازار یابی الکترونیکی ابداع شد و کاربرد‌های آن‌ها به سرعت گسترش یافت. کسب و کار الکترونیکی به استفاده از تکنولوژی‌های تعاملی دیجیتال و تکنولوژی اطلاعات جهت هدایت و انجام امور یک سازمان اشاره دارد [۳]. مطالعات نشان می‌دهند که پذیرش بازار یابی الکترونیکی به دلیل ویژگیها و مزایای گوناگونی چون جهانی سازی تجارت، برداشتن محدودیت‌های زمانی و مکانی، سرعت، کارایی، کاهش چشمگیر