

عنوان مقاله:

بررسی نقش فناوری بلاکچین در بازاریابی دیجیتال

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت دانش، بلاکچین و اقتصاد (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

اکبر رحیمی - دانش آموخته دکتری مدیریت و محقق صنایع دفاعی در دانشگاه صنعتی مالک اشتر

سمانه طاهری - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع - دانشگاه صنعتی مالک اشتر

خلاصه مقاله:

امروزه بازاریابی به عنوان یکی از مهمترین موضوعات اصلی در حوزه مدیریت، مورد توجه جدی قرار گرفته است. بازاریابی تنها فروش محصولات به مصرف کنندگان نیست بلکه فرآیند ارائه محصولاتی است که مصرف کنندگان مایل به خرید آن هستند و در این فرایند ارتباط با مشتریان به مطلوب ترین حالت خود می رسد. از آنجا که هم فروشندگان و هم مصرف کنندگان در طول زمان مطابق با روند و فن آوریهای جدید تغییر می کنند، برای علم بازاریابی نیز بسیار مهم است که همگام با این تغییرات همراه باشد. استفاده از شبکه های اجتماعی و سیستم عامل های آنلاین در بازاریابی، به شرکت ها این امکان می دهد که با مصرف کنندگان به صورت هدفمند تعامل نموده و اطلاعات مورد نیاز را در اسرع وقت ارائه نماید. این ویژگی ها باعث شده تا بازاریابی دیجیتال جایگزین بازاریابی سنتی گردد. علیرغم همه ویژگی های مثبت بازاریابی دیجیتال، افشای اطلاعات خصوصی به عنوان اصلی ترین معضل آن مطرح می باشد. بنابراین، توجه به روش ها، رویکرد ها و تکنولوژی هایی که بتواند در رفع این عارضه کمک نماید، ضروری می باشد. به نظر می رسد فناوری بلاکچین با ویژگی هایی نظیر ردیابی، شفافیت و ارتقاء امنیت، بتواند به نحو مناسبی در رفع عارضه مذکور و بهبود عملکرد صنعت بازاریابی دیجیتال کمک نماید. این مطالعه با هدف بررسی نقش این فناوری در توسعه و بهبود بازاریابی دیجیتال، تدوین گردیده و تلاش دارد بازاریابی دیجیتال در بستر این فناوری را تشریح نماید. نتایج مطالعه حاضر نشان می دهد که فناوری بلاکچین از طریق تقویت امنیت، حذف واسطه گری، حذف هزینه معاملات، حذف تبلیغات و کلاهبرداری، می تواند به بهبود صنعت بازاریابی دیجیتال کمک شایانی نماید.

کلمات کلیدی:

فناوری بلاکچین، بازاریابی دیجیتال

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1224894>

