

عنوان مقاله:

ارائه ی نقشه ی استراتژی برای بازارگاه های الکترونیکی B2B بر اساس کارت امتیازی متوازن

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی مهندسی صنایع (سال: 1384)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

محمد مهدی سپهری - دانشیار مهندسی صنایع - دانشگاه تربیت مدرس

مریم رضانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات - دانشگاه تربیت مدرس

امیر بخت یاوریان - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع - دانشگاه تربیت مدرس

خلاصه مقاله:

اقتصاد نوین هر روز فرصت جدیدی جهت رشد و سود آوری مدیریت الکترونیکی کسب و کارهای بین سازمانی (b2b) ارائه می دهد . یکی از مهم ترین این فرصت ها بازارگاه های الکترونیکی هستند . بازار گاه الکترونیکی یک راه حل اینترنتی است که سازمان های علاقه مند به خرید و فروش کالا یا خدمات خاص را به یکدیگر مرتبط می کند . در این مقاله سعی در بررسی مدل های کسب و کار و استراتژی های یک بازار گاه الکترونیکی با توجه به ادبیات موضوع شده است، که در این راستا از نقشه ی استراتژی که در چارچوب کارت امتیازی متوازن مطرح است ، استفاده گردیده است . به همین منظور در این مقاله با مرور ادبیات موضوع، به بررسی استراتژی های مختلف بازارگاه های الکترونیکی در چهار منظر کارت امتیازی متوازن (مالی، مشتری، فرآیندهای داخلی و رشد و یادگیری) پرداخته ایم . کارت امتیازی مجموعه ای از اهداف ، فعالیت ها و محرکه هایی را که باعث تمایز شرکت از رقبایش خواهند شد و به نتایجی منجر خواهند گشت که در واقع ارزش های بلند مدت مشتریان و سهامداران هستند، تعریف می نماید . در انتها چارچوبی تحت عنوان نقشه ی استراتژی برای بازارگاه های الکترونیکی ارائه می گردد .

کلمات کلیدی:

بازارگاه های الکترونیکی، کارت امتیازی متوازن، نقشه ی استراتژی، مدل کسب و کار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/17664>

