

عنوان مقاله:

نقش ارتباطات و تبلیغات هوشمند در عملکرد کسب و کار و تأثیرگذاری آن بر میزان افزایش درآمد، سودآوری و رشد و تعالی سازمانها

محل انتشار:

نخستین کنفرانس مدیریت تبلیغات (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

امیر خانلری - عضو هیات علمی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

حسام خضریایی حاذق فکر - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی بین المللی، دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

امروزه تبلیغات به صورت کاملاً حرفه‌ای و با استفاده از روشهای هوشمندانه و متعدد نقش اساسی را در زندگی اجتماعی انسانها ایفا میکند. تبلیغات به طور کلی عملی است که در آن فروشنده یا تولیدکننده با انجام اجرای فرایندی خاص سعی در آگاهی خریدار بالقوه از تولید این محصول برای بروز رفتار خرید از آن را دارد. این عمل با روشهای گوناگونی انجام میشود. همانطور که میدانیم یکی از مهمترین عوامل توسعه و پیشرفت هر شرکت بازرگانی، میزان فروش و مهارت‌های شاخصه‌های تأثیرگذار عوامل موجود نسبت به افزایش یا کاهش این میزان در شرکت است. در نتیجه شاید یکی از حساسترین و مهمترین اهداف هر شرکت بازرگانی یا اقتصادی، چگونگی دستیابی شرکت به فروش بیشتر و دقیقتر باشد. به همین عنوان از جمله موارد کلیدی و حائز اهمیت در تأثیرگذاری این مهم، مقوله تبلیغات هوشمندانه است. تبلیغات یک شرکت مبین اهداف و شاکله یک شرکت است. در واقع بهتر است تبلیغات را به عنوان انتخابهایی در نظر بگیریم که بوسیله ارزشهای سازمانی ایجاد و سپس برای تأثیرگذاری هر چه بیشتر ارایه میشوند تا بدین ترتیب رفتار مناسب خرید در افراد را تعیین کند. بدین ترتیب با ایجاد تبلیغات قدرتمند و با الهام گرفتن از محیط، میتوان عوامل میزان موفقیت تیم فروش و پشتیبانی از تلاشهای فروش شرکت را ارتقاء داد

کلمات کلیدی:

ارتباطات و تبلیغات هوشمند، افزایش درآمد و سودآوری، توسعه و پیشرفت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/421950>

