

عنوان مقاله:

بررسی نقش بازاریابی اینترنتی در صنعت گردشگری

محل انتشار:

کنفرانس ملی رهیافت های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

میلاذ شوشتریان - دانشجو ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه شیراز

ابوالقاسم ابراهیمی - دانشیار بخش مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت علوم اجتماعی دانشگاه شیراز

خلاصه مقاله:

امروزه بازاریابی به عنوان فرایند مدیریتی نقش موثری در کلیه فعالیت های گردشگری دارد. با توجه به افزایش تقاضای گردشگران سراسر جهان برای سفر ماهیت ناملموس، فناپذیر قابل استهلاك صنعت گردشگری، استفاده از ابزارهای بازاریابی اینترنتی برای معرفی جاذبه های گردشگری جذب گردشگران بسیار اهمیت پیدا می کند. هدف این مقاله بررسی نقش بازاریابی اینترنتی در جذب گردشگر توسعه صنعت گردشگری است. این مقاله بر آن است تا با بررسی پیشینه پژوهش مبانی نظری مربوطه قابلیت های بازاریابی اینترنتی را شناسایی کاربرد آن در گردشگری را مورد بررسی قرار دهد. نتایج نشان می دهد، بازاریابی اینترنتی در موارد متعددی از جمله مدیریت ارتباط با مشتریان، شناخت بازار هدف بخش بندی آن ها، بهره گیری مناسب سریع تر از منابع مختلف اطلاعاتی تبلیغاتی، معرفی جاذبه های گردشگری و... در گردشگری نقش مهمی ایفا می کند. همچنین از ابزارهای گوناگون بازاریابی اینترنتی مانند ایمیل مارکتینگ، بازاریابی شبکه های اجتماعی می توان برای بهبود عملکرد موسسه های گردشگری، شرکت های خدمات مسافرتی اقامتی، وبه طور کلی توسعه گردشگری استفاده کرد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، بازاریابی اینترنتی، گردشگری، گردشگری الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/839096>

