

به نام خدا

بازاریابی الکترونیکی با رویکردی بر ارتباط با مشتریان

مؤلف:

مهندس محمد رضا شیخ بهائی (کارشناس ارشد تجارت الکترونیکی)

سرشناسه	: شیخ‌بهای، محمدرضا، ۱۳۶۶ -
عنوان و نام پدیدآور	: بازاریابی الکترونیکی با رویکردی بر ارتباط با مشتریان/مؤلف محمدرضا شیخ‌بهای.
مشخصات نشر	: تهران: آتی‌نگر، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	: ۱۹۲ ص: مصور (رنگی).
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۰۴-۹۳-۸ ریال ۱۰۵۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: مشتری‌شناسی -- مدیریت
موضوع	: بازرگانی الکترونیکی -- خدمات مشتری -- مدیریت
موضوع	: بازاریابی اینترنتی
موضوع	: خدمات مشتری -- مدیریت
رده بندی کنگره	: HF۵۴۱۵/۵ب۲ ۱۳۹۳ ۹۴ش/۵
رده بندی دیویی	: ۸۱۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۵۴۴۶۰۰



انتشارات آتی‌نگر

عنوان: بازاریابی الکترونیکی با رویکردی بر ارتباط با مشتریان

مؤلف: مهندس محمدرضا شیخ‌بهای

صفحه‌آرایی و طراحی جلد: همتا بیداریان

ناشر: آتی‌نگر

تیراژ: ۱۰۰۰

چاپ اول: ۱۳۹۳

قیمت: ۱۰۵,۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۰۴-۹۳-۸

تلفن مرکز پخش: ۶۶۵۶۵۳۳۶-۸

آدرس: تهران- خیابان جمالزاده جنوبی- روبه‌روی کوچه رشتچی- پلاک ۱۴۴- واحد ۲

www.ati-negar.com

(هرگونه کپی و نسخه‌برداری از مطالب این کتاب ممنوع می‌باشد).

فهرست مطالب

فصل یکم: مدل‌های الکترونیکی

- ۱-۱ مقدمه‌ای بر مدل‌های الکترونیکی..... ۶
- ۱-۲ مدل‌های جدید مورد نیاز..... ۸
- ۱-۳ مدل‌های بازار الکترونیکی..... ۱۲
- ۱-۴ مدل‌های درآمد Online..... ۱۹
- ۱-۵ مدل‌های ارتباطات دیجیتال..... ۲۳
- ۱-۶ مدل‌هایی برای ارزیابی اثربخشی ارتباطات Online..... ۲۸
- ۱-۷ وب ۲,۰ و مدل‌های شبکه اجتماعی..... ۳۲
- ۱-۸ مدل‌های خرید مشتری..... ۴۲
- ۱-۹ پردازش اطلاعات مشتریان..... ۴۴
- ۱-۱۰ مدل‌های پایبندی..... ۴۶

فصل دوم: مشتریان الکترونیکی

- ۲-۱ معرفی مشتریان الکترونیکی..... ۵۶
- ۲-۲ انگیزه‌ها..... ۶۸
- ۲-۳ انتظارات..... ۷۶
- ۲-۴ تردیدها و ترس‌ها..... ۸۰
- ۲-۵ فرآیند خرید Online..... ۸۴
- ۲-۶ پردازش اطلاعات به صورت Online..... ۹۰
- ۲-۷ برقراری روابط و ایجاد حس وفاداری به‌طور Online..... ۹۴
- ۲-۸ جوامع و شبکه‌های اجتماعی..... ۹۹
- ۲-۹ پروفایل‌های مشتریان..... ۱۰۵
- ۲-۱۰ تحقیق درباره مشتریان Online..... ۱۰۸
- ۲-۱۱ مشتریان عصر بعد از رایانه شخصی..... ۱۱۵

فصل سوم: مدیریت ارتباط با مشتری (E-CRM)

۱۲۴	۳-۱ معرفی CRM
۱۳۱	۳-۲ مقدمه‌ای بر بازاریابی رابطه‌ای
۱۴۱	۳-۳ بازاریابی از طریق پایگاه داده
۱۵۱	۳-۴ E-CRM
۱۵۸	۳-۵ پروفایل‌سازی
۱۶۳	۳-۶ شخصی‌سازی
۱۶۷	۳-۷ بازاریابی از طریق ایمیل
۱۷۳	۳-۸ مباحث کنترلی
۱۷۶	۳-۹ پاکسازی پایگاه داده
۱۷۸	۳-۱۰ تحقق